

جامعة اليرموك

كـــلية الإعــلام

قسم العلاقات العامـــة

المُمارسات الاتصاليّة والإداريّة للعلاقات العامّة في المُستشفيات المدنيّة الأردنيّة

Communication And Management Practices For Public Relations In Jordanian Civilian Hospitals

إعداد

نوزات صالح مصطفى أبو العسل

إشراف

أ. د عصام سليمان الموسى

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

جامعة اليرموك إربد، الأردن

الفصل الدراسي الأول

2014

قرار لجنة المُناقشة

المُمارسات الاتصاليّة والإداريّة للعلاقات العامّة في المُستشفيات المدنيّة الأردنيّة

Communication And Management Practices For Public Relations In Jordanian Civilian Hospitals

إعداد

نوزات صالح مصطفى أبو العسل

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

في جامعة اليرموك – إربد – الأردن

أجيزت بتاريخ 2014/2/22

أ.د عصام سليمان الموسى .... مُشرفاً ورئيساً

د. عزام علي عنانزة .... عضواً

د. محمود يوسف السماسيري .... عضواً

التفويـــــــض

أنا الطالبة: نوزات صالح مصطفى أبو العسل.

أفوض جامعة اليرموك بتزويد رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: نوزات صالح مصطفى أبو العسل

التوقيع: ....

التاريخ 22/ 12/ 2014

الإهــداء

إلى روح والدي في رحمة الله الواسعة

إلى أمّيّ اللتين أرضعتاني حُب العِلم والقيّم والإنسانية

إلى الأشقاء الذين أنستُ بهم صغيرة وعرفتُ بفضلهم معنى الأخوّة كبيرة:

حليمة ومصطفى ووعد

الى أخي الذي لم تلده أمي محمد عبيدات

إلى من أسعدن قلبي بطفولتهن

جوري، وكرم

إلى الأستاذتين الكريمتين اللتين شقّتا أمامي طريق العلم والمعرفة لأسلك فيه، مُذللتين ما لقيتُ من وعورة:

الأستاذة الدكتورة حياة ملحس والأستاذة الدكتورة دلال ملحس

إلى الأب الذي احتواني ودعم مسيرتي العلميّة والعمليّة:

الأستاذ ماجد قطيشات

إلى العم الذي به أعتز:

د. رخـــاء أبو العسل

إلى أستاذي الفاضل الذي أغدق عليّ من علمه وخلُقه

الأستاذ الدكتور عصام سليمان الموسى

إليهم جميعًا أهدي هذا الجُهد

شُكر وعِرفان

لا يسعُني بعدَ أنْ منَّ اللهُ عليَّ بإنهاءِ هذهِ الدِّراسةِ إلا أنْ أَشْكُرَهُ عزّ وجَل عَلى واسع فضلِهِ وكرمه، كما وأتقدم بَالشْكْرَ من أستاذي الفاضل عصام سليمان الموسى، الذي علمني وطلابَه أنّ الصحفيّ هو وكيل المُجتمع وضميره وقلبه النابض، وأنّ العلاقات العامة أخلاق قبل أن تكون علم ومُمارسة ومهنة.

ولا يَفوتُني أنْ أَشْكُرَ الأساتذةَ الأفاضِلَ أعضاءَ لجنةِ المناقشةِ: الأستاذ الدكتور عصام سليمان الموسى رئيساً ومشرفاً، وأعضاء اللجنة الكريمة الدكتور عزام عنانزة، والدكتور محمود السماسيري فَلَهُمْ مِنّي كُلَّ الاحْترامِ والتَقدير على جهودهم.

كما وأَتَقَدمُ بالشُكرِ الجزيلِ إلى كُلِ مَنْ الأساتذة الأفاضل (الأستاذ الدكتور ياسر العدوان، والأستاذ الدكتور تحسين منصور، والدكتور أمجد القاضي، والدكتور محمد القضاة) الذين ما بخلوا عليّ بعلمٍ، مُثمّنة جهودهم في تحكيم استبانة الدراسة وتوجيهي في كثير من مواضع الدراسة.

والشكر الموصول إلى كُل من ساهمَ في إنجاح هذا العملِ وتسهيل مُهمتي في الميدان وأخص كافة مُدراء المُستشفيات الأردنية في عينة الدراسة من (حكومية وجامعية وخاصة) وأخص معالي وزير الصحة الدكتور علي حياصات وعطوفة الأستاذ الدكتور أحمد التميمي مٌدير عام مُستشفى الجامعة الأردنية الذي كان له الفضل الكبير في تطوير مُمارسات العلاقات العامة الاتصالية في ُمستشفى الجامعة الأردنية وإدخال مفهوم الاتصال المتوازن بالاتجاهين وتفعيله، وإلى عطوفة الاستاذ الدكتور عبدالكريم القضاة مدير مُستشفى الجامعة الأردنية السابق الذي كان لتشجيعه الدائم كبير الأثر في نفسي، وعطوفة الدكتور زهير أبو فارس مدير عام مستشفى ابن الهيثم/ رئيس جمعية المُستشفيات الأردنية، وعطوفة الدكتور فوزي الحموري رئيس جمعية المُستشفيات الخاصة، وعطوفة مدير عام مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي، والدكتور عبدالله الشُرمان مُدير مستشفى الأميرة رحمة التعليمي.

وأردُّ الفضل لأهله بشُكر مديري العلاقات العامة ورؤساء الأقسام وموظفيها وطواقمها في المُستشفيات وأخص: زُملائي طاقم العلاقات العامة في مُستشفى الجامعة الأردنية، ومدير العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي أ. محمد اقبال ، ومدير العلاقات العامة في مستشفى الإسراء أ. غسان الزيود، ومدير العلاقات العامة في المستشفى التخصصي د. توفيق الحموري، ومساعد مُدير العلاقات العامة في وزارة الصحة أ. راضي الجوارنة، ومدير العلاقات العامة في المُستشفى الإسلامي أ. رامي العبداللات، و أ. ايهاب قعدان في المُستشفى الإسلامي، والفاضلة سهى قنديل من العلاقات العامة

في مستشفى الاستقلال، والمدير الإداري في مستشفى ابن النفيس أ. ماجد الروسان ، ومدير العلاقات العامة في المركز العربي الطبي أ. نائل الشيشاني، ومدير العلاقات العامة في مستشفى الأردن أ. سفيان عبدالهادي، وكادر العلاقات العامة في مُستشفى الخالدي والزميلة مُزنة التميمي مديرة التمريض هُناك، والفاضلة هناء قعدان مديرة العلاقات العامة في مستشفى الحياة، و أ. علي الذينات العلاقات العامة في مُستشفى الأميرة بسمة التعليمي، ومدير العلاقات العامة في مُستشفى الأمير حمزة أ. مجدي أبو جلود، و أ. فادي كنش العلاقات العامة في مستشفى الكرامة للتأهيل النفسي، ومدير العلاقات العامة في مستشفى التوتنجي أ. ثامر الفايز، وكل من أ. منير الخوالدة مير العلاقات العامة والزميل أ. خضر الرواجفة في مستشفى البشير، و أ. عماد الدرايسه في مُستشفى الرمثا الحكومي.

كما ولا يفوتني أن أقدم الشُكر لإدارات وموظفي وطواقم العلاقات العامة في مستشفيات (لوزميلا، الأمل للتوليد، عمان الجراحي، تلاع العلي، مستشفى عاقلة، هبه للتوليد، إربد الإسلامي) على جهودهم وما قدموه من ملاحظات قبلية على استبيان الدراسة.

كما وأخصُ بالشُكر زملاء وزميلات المسيرة الدراسيّة: الذين واكبو آمالي وشدوا من أزري وما ضَنوا عليّ بالنصيحة كُل من: الآنسة بشائر عُثمان، والآنسة ليلى سالم، والسادة فرحان عليمات، وزياد الشخانبه وإبراهيم بريزات، وسامي بيان، وفؤاد الطاهات.

ولا يفوتُني شكرُ كل من الدكتورة هدى عامر وأختي حليمة أبو العسل على جهودهن في تدقيق الدراسة لغوياً وأسلوبياً، والآنسة إلهام أبو خضر التي ساهمت في ترجمة الدراسات السابقة من الإنجليزية إلى العربية.

كما وأتقدم بالشكر إلى الأصدقاء الأستاذ صابر الطوالبة، والسيد عماد بني سلامة، ومن الجامعة الهاشمية الدكتور جمال الشلبي، والآنسة دينا هلسه والسيد مُطيع عامر، ومن جامعة الطفيلة التقنية الدكتور حسن المومني، ومن الجامعة الأردنية كل من الدكتورة حنان بدارنة والسيدة منال عُمر والسيدة دُعاء السيايدة والسادة محمد الطرزي وأيمن خطايبة، ومن جامعة اليرموك الدكتورة أسماء خضير والأستاذ علي عبيدات، والدكتور خليل ابو سردانه، ومن مُستشفى الجامعة الأردنية السيد سهم محاسنة والسيدة أريج يحيى، ومن جامعة البلقاء التطبيقية الآنسة أريج الفاعوري، ومن سلطنة عُمان الأستاذ الأخ حمود العزري.

والله ولي التوفيق

البــــاحثة

فهرس المحتويات

الفصل الرابـــع: عرض البيانات وتحليلها ومُناقشتها

فهرس الجداول

مُلخص الدراسة

أبو العسل، نوزات. المُمارسات الاتصاليّة والإداريّة للعلاقات العامّة في المُستشفيات المدنيّة الأردنيّة، رسالة ماجستير، في جامعة اليرموك، 2014. المُشرف: أ.د. عصام سليمان الموسى.

هدفت هذه الدراسة الميدانية إلى التعرّف إلى طبيعة ومستوى المُمارسات الاتصالية والإدارية والأنشطة الإعلامية التي تقوم بها أقسام العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، القائمة على منهج المسح من خلال استخدام أداة الاستبيان، الذي طُبّق على عينة الدراسة التي تمثلت بكوادر العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية التي يزيد عدد أسرّتها عن مئة سرير في كل من العاصمة عمان ومُحافظة إربد.

وكشفت نتائج الدراسة بأنه لا يكاد يخلو مُستشفى من مُستشفيات العينة، من تواجد جهاز علاقات عامة تحت عدة مستويات إدارية حاز من بينها مُستوى (قسم) على النسبة الأعلى، كما تفوّقت نسبة العاملين من الذكور على الإناث وكشفت النتائج بأن النسبة الغالبة للعاملين في العلاقات العامة ليسوا من المُتخصصين في هذا الحقل أو في الإعلام وفروعه، حيث كانت نسبة المُتخصصين في حقل العلاقات العامة (17.3%)، فيما ارتبطت مُعظم أجهزة العلاقات العامة في العينة بمُدير المستشفى مُباشرة بنسبة (91.7%)، وأن نصف عينة الدراسة تُمارس عمل العلاقات العامة من خلال النموذج الاتصالي المتوازن باتجاهين بنسبة (57.3%)، وقد كانت الوسيلة الاتصالية الأعلى استخداماً هي: صناديق الشكاوى والمقترحات بنسبة (84%).

وحول أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) فقد تبين بأن (نشاط إصدار العلاقات العامة للأدلة التعريفية حول أقسام المُستشفى وسياساته وتخصُصاته الموجهة للجمهور الخارجي) هو النشاط الأعلى ممارسة بمتوسط حسابي (2.53) وبنسبة (60%)، ونسبة نشاط إصدار مجلة من قبل العلاقات العامة في المستشفيات كانت أكثر من ثلث العينة بنسبة (36%)، وقد امتلكت مُعظم مُستشفيات العينة موقعاً الكترونياً بنسبة (90.7%)، وتوفر لدى العلاقات العامة في تلك المستشفيات صفحات للتواصل الاجتماعي بنسبة (74.7%).

وفيما يخُص الأنشطة الاتصالية الأخرى فقد حاز (نشاط تقديم خدمات الاستعلام وخدمة الجمهور) على أعلى درجة مُمارسة بين الأنشطة الاتصالية بمتوسط حسابي (2.87) وبنسبة مئوية بلغت (88%). وحول الوظائف الإدارية في الدراسة فقد حازت وظيفة مُتابعة الشكاوى التي ترد من العاملين مع الإدارة على المتوسط الحسابي الأعلى الذي بلغ (2.65) بنسبة مئوية (70.7%)، بينما جاءت وظيفة إجراء البحوث العلمية على الجمهور الخارجي بأدنى مرتبة.

Abstract

Communication And Management Practices For Public Relations In Jordanian Civilian Hospitals

Prepared by: Nawzat .S. Abu Alasal , Master Thesis, Yarmouk university, Irbid, Jordan, 2014. Supervisor: Prof. Issam Suliman Al-Mousa

This field study aims at exploring the nature of communicative and administrative practices and the media activities made by the public relations departments at the Jordanian civilian hospitals. This study is considered as a descriptive one that is based on surveying the subjects via the questionnaire method which was implemented on the sample of the study represented in the staff members of the public relations at the Jordanian civilian hospitals having more than one hundred beds in both Amman and Irbid cities.

The finding showed that no surveyed hospital in the study was without a public relation department, in which most of these departments were classified as administrative department. Additionally, the majority of staff members in the surveyed study were males rather than females. The study has also revealed that the majority of those working in public relations departments are not highly qualified in this field and are not majoring in media.

The percentage of the specialized staff members in public relations was (17.3%) ,Furthermore the study shows that most of the surveyed public relations departments are directly directed by the hospital director with a (91.7%) and half of the study sample practice public relations via the (tow- way Symmetrical Model) with a percentage of (57.3%).

Concerning the Communication Practices, it is noticed that the public relations activity, which is to release a guidance brochures on the hospital departments, policies, and medical services directed to the public was the highest practiced one with (60%).The study has also revealed that a third of the surveyed hospitals in the study has released a magazine with a percentage of (36%). Most of the surveyed public relations departments have a website for the hospital with a percentage of (90.7%) which serves them to respond to the questions and comments from the social interaction websites with a percentage of (74.7%).

Furthermore, the activity of public information and service has got the highest degree of practice among other communicative activities with a percentage of (88%). Regarding the other communicative activities, it is noticed that the activity of information service for the public was the highest among the other communicative activities with a percentage (88%). Additionally, concerning the Administrative jobs in the study, it is noticed that the practices of assessment represented in the activity of following complaints that come from those who work with the administration has the highest level in the permanent practices with a mean of (2.56) and a percentage of (70.7%) whereas the job of researching represented in conducting frequent research and studies on the outside public has got the lowest level among the intermediate practices with a mean of (1.99).

الفصل الأول: الإطـار العام للدراسة

1- المُقدمـــــــة
2- مـوضوع الدراســـة
3- مشـــكلة الدراسة
4- أهمية الدراسة
5- أهداف الدراسة
6- تساؤلات الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراســـــة

يعرض هذا الفصل موضوع الدراسة وإشكاليتها، ومُسوّغات اختيارها، وأهميتها، وأهدافها، وتساؤلاتِها

المُـــــقدّمة:

شهد الأردن مؤخراً تطوراً ملحوظاً وتميّزاً واضحاً في مستوى الخدمات الصحيّة والعلاجية المُقدمة للمرضى على المستوى المحلي والعربي، وقد تطوُر الجهاز الصحي الأردني بمُختلف أشكاله ومستوياته حتى بات منافساً في الحقل الصحي على مستوى الإقليم وفي هذا يقول أحد الباحثين: "يُعتبر الأردن الأفضل في المنطقة في هذا المجال، ومن أفضل الدول ذات الدخل المتوسط، إذ يتمتع حوالي (80%) من السكان بتغطية التأمين الصحي الرسمي، ويتم تقديم الخدمات الصحيّة من خلال شبكة مُمتدة من المرافق الصحيّة في القطاعين العام والخاص، وتعتبر الطاقة الاستيعابية على صعيد الأسِرّة المتوفرة عالية" (الشلبي،1999،33).

ويقوم الأردن بتقديم مزيج مُتكامل من الخدمات العلاجية والطبية من خلال شبكة من المُستشفيات الحكومية والعسكرية والجامعية والخاصة، للمواطنين الأردنيين، كما شهد القطاع الصحي الأردني تزايُداً ملحوظاً في عدد الرعايا العرب القادمين للعلاج من الدول المجاورة وهذا ما أشار إليه نصيرات، والضمور في دراسة لهُما حول **"تأثير المزيج التسويقي على اجتذاب المرضى العرب للعلاج في المستشفيات الأردنية"**، في أن "من أهم الأسباب في إقبال الرعايا العرب على العلاج في الأردن هي الصورة الذهنية الإيجابية المُدركة من هؤلاء المرضى للخدمات العلاجية الأردنية، والتي أسهمت في تكوينها الخبرة السابقة للتعامل مع المستشفيات الأردنية من هؤلاء الرعايا، والجهود الترويجية التي بدأت المُستشفيات الأردنية والقائمون عليها بتوجيهها إلى الأسواق المُستهدفة في تلك الدول" (2004،406).

وهذا يدُلّ على ما يتمتع به القطاع الصحي الأردني من تطوّر على الصعيدين: الداخلي والخارجي في سوق صحيّة تشهد منافسة عالية.

غير أن ما يُعكّرُ صفو هذه الصورة نتائج دراسة ميدانية بينت أن: "المُستشفيات الأردنية تواجه مُشكلات متعددة ذات صلة بالعلاقات العامة "(الجوهر:1995،105)، فالمُعطيات المُتعلقة بجودة الخدمات

الصحية المُقدمة في القطاع الصحي الأردني وتميّزها مدعاة للقول بأن وراء هذه الصورة الإيجابية أجهزة علاقات عامة لا بد وأن نتعرف على أدائها بعد عشرين سنة مضت على الدراسة السابقة.

إن من أبرز النظم الإدارية والاتصالية التي تسعى إلى تقديم الخدمة بشكلها الأمثل: هو نظام العلاقات العامة في أي مؤسسة، فلم تعد وظيفة العلاقات العامة وظيفة تقليدية مرتبطة بأعمال التشريفات والمجاملات والاستقبال والإعلانات، بل تجاوزت ذلك استجابة لأهمية الرأي العام، وكإفراز طبيعي للعولمة وثورة المعرفة في ضوء انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي، وقد أشار إلى ذلك الموسى عندما ذكر بأن العلاقات العامة: "نشاط اتصالي مُنظّم يستند إلى أصول وقواعد علمية مدروسة ويعترف في الوقت ذاته بسُلطة الرأي العام"(2012، 251).

وقد جعل، هذا الواقع، من العلاقات العامة أو ما يمكن تسميته (إدارة الاتصال في المؤسسة) مطلباً وأهمية قصوى لكافة المؤسسات؛ لإبراز هويتها والترويج لخدماتها وتقصي اتجاهات جماهيرها وآرائهم بهدف إشراكهم في صناعة قراراتها أو تعديل سياساتها بما ينسجم مع توقعاتهم ومتطلباتهم تحقيقاً للأفضل، فالمؤسسات بدون اتصال لا يتم لها أي نشاط ولا يتحقق لها أي هدف.

فإذا اعترفنا بأن العلاقات العامة تُعدُّ نشاطاً اتصالياً وإدارياً مُهمّاً وأساسياً في عمل المؤسسات، وخاصة المُستشفيات؛ لأنها تمثلُ حلقة الوصل بين المستشفى وجمهوره الداخلي والخارجي، هدفُها بناء صورة ذهنية إيجابية وإدامتها، ومدّ جسور الاتصال والتواصل المُختلفة بين المستشفى وجماهيره، وحل المشاكل التي تواجه المستشفى والعاملين فيه، فلا بُدّ من القول أنها اعتمدت في ذلك على فلسفة الاتصال والإعلام والإدارة.

من هُنا نُدرك بأن الاتصال هو الأمر الأساسي في عمل العلاقات العامة، وهذا ما يؤكده عجوة في كتابه **الأسس العلمية للعلاقات العامة** بالرجوع إلى دراسة روبنسون المتعلقة بحاجة العلاقات العامة لعُنصر الاتصال، فيقول: إن "الاتصال هو الوظيفة الأولى لرجال العلاقات العامة في المؤسسات المُختلفة، والمقصود بالاتصال هُنا هو الإعلام الصاعد من الجماهير إلى الإدارة عن طريق البحوث، والرسائل الموجهة من المؤسسة إلى الجماهير بهدف كسب التأييد والتفاهُم "(22:1985).

لقد بيّنت الدراسات السابقة، التي تناولت العلاقات العامة في المستشفيات التي أجريت على الصعيدين: العربي والأردني تحديداً، النقص الواضح في هذا المجال في حين بيّن عدد منها بأن العلاقات العامة لم تُطوِّر من مُمارساتها وأنشطتها للدرجة المطلوبة في المستشفيات والمؤسسات الصحيّة، ولم ترتق

إلى المستوى الذي ينشُدُه المُتخصصون والخبراء في هذا الحقل؛ لأنها لم تزل تستخدم أساليب الممارسة الاتصالية التقليدية في عملها.

وبيّن البعض الآخر من الدراسات أنها ركزت على الجوانب الإدارية في عمل العلاقات العامة ووظائفها، ولم تفِ الجانب الاتصالي حقه، من هُنا جهدت هذه الدراسة لتقدم في محاولة علمية ميدانية تغطية الجانب الاتصالي والإداري في عمل العلاقات العامة معاً، ولتضع المُتابعين والمهتمين في هذا الحقل بصورة آخر التطورات التي طرأت على عمل أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات في هذين الجانبين.

من هُذا الأساس فإن السؤال الحالي الذي يطرح نفسه هُنا هو: كيف تُدار العملية الاتصالية والإدارية في المُستشفيات الأردنية؟

مُشـــكلة الدراسة :

تكمن إشكالية الدراسة في الغموض والتذبذب الذي يكتنف مكانة العلاقات العامة ومُمارساتها الاتصالية والإدارية ومستواها التنظيمي في المُستشفيات، بما في ذلك تداخُل عملها مع أقسامٍ أخرى كالتسويق، والموارد البشرية، وشؤون المرضى وخدماتهم، وغيرها من الأقسام الإدارية والطبيّة يُؤكد ضرورة دراسة هذا الأمر والوقوف عليه عن كثب.

كما لم تكن الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع محلياً بالحداثة المطلوبة لمواكبة تطور عمل العلاقات العامة.

وفي ضوء تلك الاشكاليات تسعى الدراسة الحالية الى دراسة العلاقات العامة في بُعديها الإداري والاتصالي، إذ لا تخفى أهمية الأخير في عمل المؤسسات والمُنظمات سواءً الخدمية أم الإنتاجية لا سيّما وأن "نجاح تلك المؤسسات أو فشلها يتوقف على إمكانية التكيُّف مع البيئة وعناصرها المُتغيّرة والجماهير المُتباينة الاتجاهات والحاجات والتطلُّعات، وهذا التكيّف يستدعي رصد هذه المتغيرات ودراستها، ووضع البرامج الاتصالية الفاعلة بما يحقق المصالح المشتركة بين المنظمة وجماهيرها" (الجمّال، وعيّاد: 2005، 214).

وتأتي هذه الدراسة لتُقدّم توضيحاً مُتكاملاً لواقع المُمارسات الإدارية والاتصالية في المستشفيات المدنية الأردنية، والوسائل المستخدمة في عملية الاتصال، مُتطرقة إلى أبرز المشكلات التي تواجه العلاقات العامة وآليات حلّها، حيث أشارت دراسات سابقة عالجت هذا الموضوع الى أنه من الممكن حل عدد من الاشكاليات التي تواجه العلاقات العامة في المستشفيات من خلال برامج وأنشطة علاقات عامة فاعلة.

أهـــمية الدراسة:

تستمدّ هذه الدراسة أهميتها في أنها مُحاولة علمية تتبّع ممارسات العلاقات العامة الاتصالية والإدارية في المستشفيات، وأبرز الأنشطة الإعلامية التي تُطبقها في عملها، لاسيما وأن عمل المُستشفيات يتعرض بشكل دائم للنقد من قبل الجماهير المُستفيدة ومن قبل وسائل الإعلام، التي تُركز في كثير من الأحيان على أوجه القصور والخلل في مجالات الخدمات الصحيّة، والإدارية، والخدمية المُقدمة والتشريعات الصحية التي تنظم العمل الطبي، وتكاليف العلاج، وقضايا التأمين، والأخطاء الطبية.

ويحتاج المستشفى، كغيره من المؤسسات الصحية التي تقدم الخدمات العلاجية للمواطنين، إلى فتح قنوات الاتصال مع الجمهور، بهدف إعلامه عن أهداف المستشفى ومُنجزاته وأنظمته، ومُراعاة شؤون المرضى والمراجعين والمحافظة على ممتلكاته. ونظراً لتزايد "الوعي الصحي لدى معظم فئات المجتمع المعاصر، والإقدام على مراجعة المؤسسات الصحية طلباً للرعاية أو العلاج، فقد أصبحت إدارة العلاقات العامة تلعب دوراً مهما في هذا المجال" (مسيلي،2008،22).

كما تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية العلاقات العامة، بما تشكّله من حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها، وهو ما يثبته ضعف المؤسسات التي لا تُنزل العلاقات العامة منزلتها المُناسبة داخل هيكلها التنظيمي، فنجاح أي مؤسسة يتوقف على تفعيل هذه الإدارة الحيوية وتعزيزها وإيلائها مكانتها ودورها المُناسبين.

وتنبع أهمية الدراسة من أهمية دور أجهزة العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمُستشفى، من خلال ما تطرحه من برامج اتصالية وما تقوم به من وظائف إدارية فاعلة لحل كافة المشاكل التي تعترض المستشفى.

أهداف الدراسة:

يتلخص الهدف العام لهذه الدراسة في التعرف إلى طبيعة ومستوى الممارسات الاتصالية والإدارية والأنشطة التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية التي يزيد عدد أسرّتها عن المئة سرير، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي على النحو التالي:

1. التعرف إلى مدى وجود أقسام مُتخصصة للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية، وموقع هذه الأقسام على الخارطة التنظيمية للمؤسسة ومستوياتها وارتباطها الإداري في الهيكل التنظيمي.
2. توضيح تأثير عدد من المُتغيرات الشخصية لدى العاملين في العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية على الممارسات الإدارية والاتصالية في عمل العلاقات العامة كمتغيرات: (مُستوى الخبرة، المُستوى التعليمي، والدخل).

3. بيان تأثير عدد من المتغيرات المتعلقة بالمستشفى مثل: (نوع المستشفى، وموقعه الجغرافي) على الممارسات الإدارية والاتصالية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات.
4. التعرف إلى أكثر النماذج والأشكال الاتصالية تطبيقاً في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية.
5. التعرُّف إلى أبرز الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية.
6. الوقوف على أبرز الصعوبات والمُشكلات التي تواجه العلاقات العامة في مجال الممارسات الاتصالية والإدارية في المُستشفيات المدنية الأردنية.
7. التعرّف إلى المقترحات المُتعلقة بتطوير الممارسات الاتصالية والإدارية في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

1. ما المُمارسات الاتصالية والإدارية التي تُطبّقها العلاقات العامة في المستشفيات المدنيّة الأردنية؟

ويتفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

2. ما الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها في المُستشفيات المدنية الأردنية ؟
3. ما الأشكال الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها في المستشفيات المدنية الأردنية ؟
4. ما أبرز الصعوبات والمشاكل التي تواجهها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية في ممارساتها الاتصالية ؟
5. ما أبرز الصعوبات والمشاكل التي تواجهها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية في ممارساتها الإدارية ؟
6. ما أبرز المقترحات لتطوير الممارسات الاتصالية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية ؟
7. ما أبرز المقترحات لتطوير الممارسات الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية ؟

8. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية تُعزى لمُتغيرات سنوات الخبرة، والمُستوى التعليمي والدخل؟
9. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الاعلامية) والانشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية تُعزى لنوع المستشفى؟
10. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والانشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية تُعزى الى موقع المستشفى؟

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

1- العلاقات العامة وممارساتها الاتصالية والإدارية في المُستشفيات

2- النماذج الاتصالية للعلاقات العامة

3- الدراسات السابقة

4- وسائل الاتصال في عمل العلاقات العامة

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

يتناول الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة وموضوعها، ويضُم أربعة مباحث يتناول أولّها مفهوم العلاقات العامة في المستشفيات ومُمارساتها الاتصالية والإدارية، ويتناول المبحث الثاني النموذج الاتصالي للعلاقات العامة الذي ارتكزت عليه هذه الدراسة، ويعرض المبحث الثالث الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة على المستوى المحلي والعربي والأجنبي والفرق بين تلك الدراسات والدراسة الحالية، ويُختتَم الفصل بالمبحث الرابع الذي يتناول الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها.

المبحث الأول

العلاقات العامة وممارساتها الاتصالية والإدارية في المُستشفيات

قد يكون من الصعوبة تقديم مفهوم أو تعريف مُحدد للعلاقات العامة، لما لها من جوانب مُتعددة ومتشعبة فمنهم من يعرّفها كوظيفة، أو عملية، أو نشاط ، أو حقل دراسي أو كمهنة، ولكن تبرز تعريفات الروّاد في هذا الحقل ومن أبرزهم كاتلب وسنتر (Cutlip & Center) الذين عرّفاها بأنها: " تلك الجهود المُخططة للتأثير على آراء الآخرين من خلال الأداء المقبول والمسؤول الذي يعتمد على الاتصال بالاتجاهين"(1)، أما جروينج وهنت (Gruing & Hunt) فقد أكدّا بأنها :" الاتصال الرسمي المخطط له الذي يتم ما بين المؤسسة وجمهورها والذي يُديره مدراء مهنيون بهدف التأثير في سلوك الجمهور" (1982،6) ويأتي هذين التعريفين للعلاقات العامة مُنسجمين مع تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها:" الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها" (عجوة:2000،23).

فيما يؤكد الطاهات في كتابه: **استراتيجية العلاقات العامة والإعلان** على أن "العلاقات العامة تتمثل في نشر المعلومات، والأفكار، والحقائق، مشروحة ومُفسّرة لجماهير المؤسسة في الداخل والخارج، ثم نقلها منهم إلى المؤسسة بُغية الوصول إلى انسجام أو تكيف اجتماعي نسبي بينها وبين الجماهير"(2011 ،26)

وحول العلاقات العامة في المستشفيات لا بُدّ من الإشارة إلى تغيُّر شكل المُستشفى الصغير الذي كان يُدار من قِبل طبيب واحد يُعالج كل الأمراض، ويقيم علاقات وطيدة مع مُحيطه، ليتحوّل المُستشفى مؤخراً إلى مؤسسة أعمال فيها عدد كبير من الأطباء من ذوي الاختصاصات المُتنوعة، ويُراجعه عدد كبير من المُستفيدين، ويقوم على أسس ربحية في كثير من الأحيان (الجوهر:2000،235).

ومن ذلك المُنطلق يبرُز دور العلاقات العامة في تقريب وجهات النظر، وكسب ثقة الجماهير وتحقيق الانسجام بينها وبين المستشفى المُمتد والمتشعب والمتنوع في أقسامه وخدماته بهدف تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية حول المستشفى.

ولعمل العلاقات العامة بُعدان أساسيان ومكوّنان هُما فحوى عملها: البُعد الاتصالي والبُعد الإداري وهذا ما أكده العالمان جروينج وهنت في كتابهما: **Public Relations Techniques** (1994،5).

وقد أشار إلى البُعد الأول كل من الجوهر والقاضي في دراسة ميدانية لهُما حول: **أجهزة العلاقات العامة في الأردن: التنظيم، الوظائف، والأدوات**، حين بيّنا بأن العلاقات العامة هي "علم اتصالي، الّا أن اهتمام مختلف أنواع المؤسسات به جعله يتأثر بالبيئة التي يتواجد فيها، الأمر الذي صبغه بصبغة النشاط الذي تمارسه المؤسسة" (1998، 9) مع تأكيدهما على أنها وظيفة استشارية وتنفيذية وتقع على عاتقها مُهمة القيام بكل ما تتطلبه عملية العلاقات العامة من "بحث وتخطيط وتنسيق واتصال وتقويم"(1998،38).

وتحتاج المُستشفيات إلى كثير من جهود العلاقات العامة الاتصالية للتعريف برؤيتها ورسالتها وبخدماتها وبأوجه التميّز الطبي والإداري فيها، فالمُستشفيات ذات طبيعة خاصة تجعل مُمارسة الاتصال بالجماهير أمراً أكثر ضرورة من المؤسسات الخدمية الأخرى، وذلك لعدة أسباب من أهمها: "أن عمل المُستشفى يتعلق بالمُحافظة على حياة الفرد، فهي بحاجة إلى التأكيد المُستمر للجمهور على أن هذه المؤسسة جديرة بثقته، إذ يُساهم النشاط الاتصالي والإعلامي في توضيح مستوى كفاءة المستشفى وحرصه على حياة المريض" (وهيب، والسبتي، وزلزلة 1985،195).

ويُعدُّ الاتصال الذي تقوم به العلاقات العامة مع جماهيرها جوهر عملها وأساسه، ويهدف إلى التعريف بالمؤسسة وسياستها، كما أنّه يُهيئ المُناخ الصحي بين المؤسسة والعاملين فيها، وبين العاملين مع بعضهم، وبين المؤسسة وجمهورها الخارجي، فضلاً عما أسّهم به تقدّم فنون الإعلام وأساليب الاتصال من دعم لتقدّم علم العلاقات العامة (حجاب، ووهبي،1995، 13-14).

ويُعرّف كل من حسين، وزملائه الاتصال في كتاب: **إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية** بأنه: "العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات، أو الأفكار، أو الآراء، أو الانطباعات وتبادلها بين طرفين أو أكثر، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وباستخدام وسيلة أو عدة وسائل

أو أشكال اتصالية، عن طريق الكلمات أو الصور أو الرموز الشفهية أو المكتوبة أو المسموعة أو المرئية ذات المعنى الموّحد والمفهوم بنفس الدرجة لدى كل من طرفي عملية الاتصال، وذلك بهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار لفكرة أو قضية أو موضوع، أو الإعلام أو الدعاية أو إحداث الإقناع أو التأثير العقلي والعاطفي لهذه الفكرة أو القضية، أو الإيحاء بأفكار واتجاهات ومقاصد مُعنية" (1991،161).

ويشير عسّاف وصالح في كتاب: **أسس العلاقات العامة** في المحور الخاص بالمستشفيات والمؤسسات الصحيّة إلى أن إدارات العلاقات العامة "تتلقى شكاوى وتظلُمات وتمنيات الجماهير، وتقوم بجمعها والوقوف على المشكلات التي يعانون منها في علاقاتهم بالمؤسسة الصحية والعمل مع الإدارات الأخرى على حلها، وتحقيق ما يُمكن تحقيقه من تسهيلات لخدمة المواطنين، أثناء طلبهم للخدمة الصحيّة" (200،2004).

أما عملية التنسيق في العلاقات العامة والتي تعتبر رابطاً وامتداداً للعملية الاتصالية فيمكن تعريفها بأنها: "الاتصال بالمسؤولين في الداخل، والاتصال بالهيئات في الخارج، وتقديم المعلومات والأخبار والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة، والتي تؤثر في سمعة المؤسسة مع الاتصال بقادة الرأي من رجال الأعمال والنقابات وغيرهم، وكذلك التنسيق بين الإدارات في الداخل"(البكري،2001،،21).

وفيما يتعلق بمُمارسات العلاقات العامة الإدارية، وهو البُعد الثاني لعملها، فتتركز في وظائف: البحث والتخطيط والتقويم ويُعرف عجوة البحث بأنه "محاولة للإجابة الدقيقة عن سؤال أو مجموعة من الأسئلة تُشغل ذهن الباحث في وقت مُعين وموضوع مُحدد" (1985،73-74). فيما تقصد به البكري بأنه "الدراسات المُتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة من الداخل والخارج، أي بين المُستخدمين والعُمال وجمهور المُستهلكين، والتُجار والمُساهمين"(2001،20).

وتُعدُّ وظيفة البحث أو الرصد في عمل العلاقات العامة من أهم الوظائف التي يعتمد عليها بناء السياسات والاستراتيجيات واتخاذ القرارات. وتنقسم البحوث في العلاقات العامة إلى عدة أنواع منها: البحوث المسحية، وبحوث تحليل المضمون، والبحوث التجريبية، وأكثرها شيوعاً في عمل العلاقات العامة هي البحوث المسحية (الجمال، وعياد،2005،121).

أما وظيفة: التخطيط والتي يقصد بها: "رسم السياسات وتحديد الأهداف، وتصميم البرامج الإعلامية، وتوزيع اختصاصات الخبراء، وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً" (البكري،2001،21).

ويؤكد عجوة في كتاب: **الأسس العلمية للعلاقات العامة** بأن عملية التخطيط لأنشطة العلاقات العامة توفر عدداً من المزايا يُمكن تلخيصها في: "تنفيذ برامج مُتكاملة توجه للجمهور لإنجاز أهداف محددة، وكسب تأييد الإدارة لهذه الأنشطة وزيادة المُشاركة فيها، كذلك انتقال العلاقات العامة من الجانب

الدفاعي إلى الجانب الإيجابي، وتحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام للوصول إلى الجماهير" (2000، 119-120).

ويحلُّ التقويم كوظيفة أخيرة في عمل العلاقات العامة حيث يُعرّفها حجاب ووهبي في كتاب: **المداخل الأساسية للعلاقات العامة ـ المدخل الاتصالي** بأنه: "عملية حُكم كيفي على أنشطة العلاقات العامة، وترادفها كلمة التقدير أو القياس أو الفاعلية، والتقويم لأنشطة العلاقات العامة في حقيقته هو تقويم للنشاط الاتصالي، لأن الاتصال يُمثل جوهر العلاقات العامة وأحد الجوانب الأساسية في العملية الإدارية" (1995،221).

ولا بُدّ من الإشارة في هذا المبحث الى أن العلاقات العامة في قطاع الرعاية الصحيّة والمُستشفيات تلعبُ دوراً هاماً لتعاملها مع جمهور متنوّع وذي خصوصية عالية ويحتاج إلى رعاية نفسية وطبية في آن واحد، وعليها يقع واجب تلقي التوجيهات والتعليمات من الإدارة العُليا وترجمتها الى رسائل وبرامج توجه للجمهور وكذلك نقل طموحات واقتراحات ووجهات نظر هذا الجمهور والعاملين الى إدارة المستشفى.

أما عن طبيعة عمل العلاقات العامة في أي مُستشفى فإنها تقوم على "بذل جُهود مُستمرة تخلق شعوراً اجتماعيا مُتبادلا للتفاهم بين كافة العاملين وفي جميع المستويات الإدارية، لتحقيق حالة من الاستقرار النفسي ووضوح الواجبات اليومية للعاملين، وتوفير مُناخ عادي ومعنوي ملائم لهم، داخل العمل ويتم ذلك بوساطة الجهود والبرامج التي تبذلها العلاقات العامة مع كافة الأقسام عبر الاتصالات المركزية وبشكل استشاري" (وهيب، السبتي، زلزلة:1985،80).

ومن أبرز الوظائف التي تؤديها العلاقات العامة في المُستشفيات وفق ما وضحّها كتاب **"العلاقات العامة في المؤسسات الصحيّة"** بأنها تقوم "بتعريف الجمهور الداخلي والخارجي بالمُستشفى وتوضيح أهدافها ورسالتها عن طريق أدوات الاتصال الشائعة، وتوفير مُناخ جيّد من العلاقات الاجتماعية والإنسانية بين العاملين في المُستشفى عن طريق استغلال المُناسبات والأعياد، و تقديم صورة واضحة للجمهور عن سياسة المُستشفى وما يحدُث فيها من تعديل أو تغيير لإيجاد حالة من الاستقرار لدى العاملين والجمهور الخارجي لاستمرار العلاقة والتعامل مع المؤسسة، ومساعدة الإدارات في المستشفى والجمهور الخارجيلتحقيق نوع من الانسجام في التعامل، وكسب ثقة الجماهير بالمؤسسة في الداخل والخارج، وتوثيق العلاقة بين الأقسام والشُعب داخل المُستشفى، والتأكيد على تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية والتعاون فيما بينها وإيجاد قنوات جيدة للاتصال، والقيام بالدراسات والبحوث والتحليل لجميع المسائل التي تُهم العاملين والإدارة العُليا، وتقديم المقترحات البنّاءة للارتقاء بالمستشفى، ودراسة اتجاهات الجماهير

التي تتعامل مع المُستشفى، وتحليل المقترحات المُهمة، وتقديم تقارير مراقبة عن ذلك للإدارة وإقرارها لترسيخ العلاقات الطيبة بين الجمهور دون المساس بمصالح المُستشفى" (المرجع السابق:1985، 88-89).

ويشير هاريل Harrell إلى أن أبرز أدوار الاتصال في مجال الرعاية الصحية تقوم على: " مُراقبة الوضع الصحي المُجتمعي وحل المشاكل الصحية من خلال إعلام الناس وتثقيفهم حول الأمراض السارية والقضايا الصحية، واستخدام أنواع متعددة من الاتصال بما في ذلك التسويق الاجتماعي، لتثقيف المجتمع بأنماط الحياة الصحية، وتحريك الشراكات المُجتمعية في هذا المجال، وإعلام الجمهور بالقوانين الجديدة التي تؤثر على الصحة "(Valjak &Draskovic:2011,258) .

وقد باتت العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الصحية تتعامل من منظور أكثر شمولاً في قضايا الصحة واحتياجات الأسواق المستهدفة ذات الصلة في عالم ملئ بتهديدات الأوبئة، إذ تشكّل العلاقات العامة وفق Millward & Bryan 2005 "الخطوط الأمامية لتنفيذ فعّال للرعاية الصحية"، فمُهمة العلاقات العامة تكمُن في توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة للجمهور الداخلي والخارجي والتركيز على المريض، واحتياجاته ليشعُر أنه جزء من المؤسسة أو النظام (IBID:2011,258).

المبحث الثاني

نماذج الدراسة

يتناول هذا المبحث النماذج الاتصالية الأساسية الاربعة في عمل العلاقات العامة في المؤسسات والتي وضعها جيمس جروينج (James Gruing) أحد أكثر الباحثين الذين عرّفوا العلاقات العامة في ضوء سلوك المُنظمة، وطوّرها تود هنت (Todd Hunt) بالاعتماد على بُعدين هما: "الاتصال أحادي الاتجاه مقابل الاتصال ثنائي الاتجاه، والاتصال المتوازن مقابل الاتصال اللامتوازن" (سعدان،2009 ، 90).

وأوضح كل من جروينج وهنت (Gruing & Hunt) في كتاب: **Public Relations Techniques** (1994, 8-10)، النماذج الأربعة للاتصال في العلاقات العامة على النحو التالي:

1. نموذج الوكالة الصحفية (النشر) (Publicity Model-Press A gentry):

يمثل هذا النموذج أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في عمل العلاقات العامة، وقد ساد في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وهو "اتصال هابط، تنساب فيه المعلومات باتجاه رأسي من الإدارة العليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية، ويعتمد العاملون في العلاقات العامة في هذا النموذج على النشر (Publishing)، كنشاط اتصالي أساسي في توصيل رسائلهم للجمهور متجاهلين ردود فعل هذا الجمهور" (الجمال، وعياد،2005، 51) .

2. **نموذج الإعلام العام (Public Information Model) :**

يركز هذا النموذج على وظيفة النشر من أجل النشر نفسه أو الإخبار، فمُمارس العلاقات العامة في هذا النموذج يُشبه الصحفي المقيم داخل المؤسسة، ووظيفته لا تتعدى نقل المعلومة بأمانة وموضوعية، والاتصال في هذا النموذج هو: أن القائم بالاتصال مُلتزم بتقديم الصورة الحقيقية والكاملة عن المؤسسة" (السريع،2004،31-32).

3. **النموذج غير المتناسق بالاتجاهين (Two-Way Asymmetrical Model) :**

الاتصال في هذا النموذج باتجاهين، من المنظمة إلى الجماهير وبالعكس، "ولكنه يسعى بالدرجة الأولى لخدمة أهداف المنظمة ومصالحها، ولهذا يوصف بأنه غير متوازن، فهو اتصال (إقناعي)، يوظف نماذج العلوم الاجتماعية لزيادة القدرة الإقناعية للرسالة، ويقوم العاملون في العلاقات العامة وفقه بالتعرّف إلى اتجاهات الجماهير من خلال: استطلاعات الرأي، والمقابلات، ومناقشة الجماعات المركزة ، من أجل تصميم علاقات عامة تحظى بدعم الجماهير الرئيسية، وإقناعها بسياسات المُنظمة، وجعلها تتكيف مع هذه السياسات، وتهدف العلاقات العامة في هذا النموذج إلى تغيير اتجاهات الجماهير على المدى القصير"

(الجمال، وعياد،52). ويوصف هذا النموذج "بأنانيته من حيث أن المؤسسة ترى أن جميع مُعتقداتها هي الصحيحة والجمهور على خطأ" (Hunt & Grunigm,1994, 8).

النموذج المتوازن باتجاهين:(Tow- way Symmetrical Model)

تقوم الدراسة الحالية بالاعتماد على هذا النموذج وهذا ما أكدته نتائجها لاحقاً إذ اعتمدت أغلب إدارات العلاقات العامة في مُستشفيات العينة على ممارسة عملها الاتصالي وفق هذا النموذج الذي يصفه جرونيج وهنت (Grunig & Hunt) بأنه "محاورة بين المؤسسة وجمهورها "Dialogue" وبأن هذا النموذج يطوّر فهماً متبادلاً بين الطرفين: المنظمة وجماهيرها الاستراتيجية، وهو نموذج يوصف بأنه أكثر النماذج أخلاقية ويعتمد على التفاوض مع الجمهور للوصول إلى حلول وسطى" (IBID:1994,9).

ويُعدّ هذا النموذج تطوّراً للنموذج غير المتناسق بالاتجاهين فهو "لا يتوقف عند سعي المنظمة إلى جعل جماهيرها تتكيف معها، ولكنه يذهب إلى أبعد من ذلك، في جعل المنظمة ذاتها تتكيف مع البيئة الخارجية بما فيها الجماهير، موائمة بين المنظمة والجماهير في عملية التكيّف مع الآخر، مركزًا على بناء علاقات استراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المُتبادل والاتصال الفعّال في اتجاهين بدلاً من الاعتماد على استراتيجيات الإقناع باتجاه واحد" (الجمال، وعياد: 2005،52-53).

ويُمثل هذا النموذج المرحلة التاريخية الأحدث لممارسة العلاقات العامة من حيث استخدامه للبحث بنوعيه: "التكويني والتقييمي لتقديم النصح والإرشاد للإدارة العليا، فيما يتعلق بردود أفعال الجمهور، على سياسات المؤسسة واقتراح سبل تعديلها أو تغييرها وللمُساعدة في وضع أهداف الرسائل الاتصالية، ويُستخدم البحث التقييمي لمعرفة مدى تحسّن درجة الفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها" (منصور:2002،65).

ويؤكد الموسى في كتابه **الإعلام الرقمي والتحديات الراهنة** على أن: "قدوم الشبكة العنكبوتية وما حملته من مواقع نشرت مطالب الشعوب وتوقعاتها، أسهم في تحويل الإعلام إلى نموذج تفاعلي باتجاهين"(59:2014)، بما يُمكّننا من الربط بين ما أحدثته تطبيقات هذه الشبكة من تأثير إيجابي ما بين المؤسسات وجماهيرها بما يأتي منسجماً مع هذا النموذج الاتصالي ثُنائي الاتجاه في عمل العلاقات العامة في المؤسسات

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

للدراسات السابقة قدر كبير من الأهمية في مجال المعرفة العلمية والبحث العلمي الذي يستمدُ فُروضه وتساؤلاتِه من نتائج الجهود العلمية السابقة، باعتباره عملية تراكمية تواصلية يُغذي بعضها بعضاً، ولذلك تحاول هذه الدراسة أن تستكمل الجهود العلمية السابقة في هذا المجال، إذ تستعرض أبرز الأدبيات والدراسات السابقة العربية والأجنبية المنشورة منها وغير المنشورة، التي تناولت موضوع العلاقات العامة في حقل الرعاية الصحيّة والمُستشفيات .

- **الدراسات العربية:**

1- دراسة الجوهر 1995، بعنوان: "أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية دراسة ميدانية".

هدفت الدراسة إلى البحث في مدى وجود أجهزة متفرغة للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية تقوم بوظائف العلاقات العامة، والوسائل التي تستخدمها، والتعرف إلى مدى قيام المستشفيات بجمع التبرعات للمساعدة في تغطية نفقاتها أو الحصول على مساعدة المتطوعين لها في أعمالها، ومدى رغبتها في استحداث أجهزة للعلاقات العامة فيها، واستخدمت الدراسة منهجي مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ودراسة الحالة. وقد طُبقت الدراسة على عينة عمدية شملت المستشفيات المدنية غير العسكرية في عمان وإربد وعددها (21) مستشفى وتم الحصول على إجابات (15) مستشفى.

وقد أظهرت النتائج قلة عدد أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات التي خضعت للدراسة، كما بيّنت النتائج أن تلك الأجهزة بمستوى وحدة وليس لها هياكل تنظيمية، وتستخدم الأدوات التي توفر لها الاتصال الوجاهي بالجمهور الداخلي دون الاتصال بالجمهور الخارجي، فيما أظهرت النتائج حالة واحدة هي المُستشفى الإسلامي نموذجاً ناجحاً في إيلاء وظيفة العلاقات العامة اهتماماً أكبر من حيث الأهداف وعدد العاملين والأدوات المُستخدمة، مع التوصية بضرورة إجراء بعض التطوير الذي يأخذ بالأسس العلمية الحديثة في هذا المجال.

- **الدراسات الأجنبية المنشورة:**

1- **دراسة (Arora , Nitin & Khurana, Pratik) أرورا، وخورانا 2012، بعنوان:**
"The Public Relations Practice & Impact On Effectiveness Of AL-Basheer Hospital in Jordan" "مُمارسات العلاقات العامة وتأثيرها على فعالية مُستشفى البشير في الأردن" .

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة ما بين العلاقات العامة في مستشفى البشير - من حيث عوامل الثقة، الانفتاح، المُشاركة المُجتمعية، الالتزام، السُمعة، ورضا العُملاء - وتأثير تلك العوامل على

المُستشفى، وتحديد أي من تلك العوامل يمكن أن يكون له تأثير وفاعلية أكبر على المستشفى، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطُبقت على عينة من المرضى وعائلاتهم بلغت (569) مُفردة، وذلك باستخدام أداة الاستبيان.

وأظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في مستشفى البشير غير فاعلة، ولا تملك علاقات مفتوحة مع عُملائها، فالمرضى يفتقرون إلى أية معلومات عن نظام المُستشفى، ولا يُشارك المريض في الاقتراحات حول الأساليب التي يمكن من خلالها تطوير عمل المستشفى، كما أنها لم تسعى إلى بناء علاقات فاعلة مع الجمهور، فيما لا يأخذ مستشفى البشير بمقترحات المرضى أو مُلاحظاتهم حول المشاكل التي تواجههم.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ارتفاع عدد زوار مستشفى البشير أدى إلى تدني التزام المستشفى بالتواصل مع المرضى، وإيجاد علاقة اهتمام، لأن العلاقات العامة ليست على دراية كافية بمُتطلبات الجمهور، وهدفُها الرئيسي هو تلبية احتياجات الإدارة العُليا.

وأشارت النتائج إلى افتقار المُستشفى للعلاقات العامة الفاعلة، وأن مستشفى البشير لم يعمل على تطوير وبناء علاقات قوية مع جمهوره، ولكنه سعى في الآونة الأخيرة إلى تطوير خدماته المُتعلقة بنوع الخدمات، وحل الأمور المالية، والتركيز على الجودة ورضا المرضى، وبينت النتائج افتقار المستشفى إلى خبرة الطاقم الطبي في بناء العلاقات القوية مع المرضى، وأكدت الدراسة على أهمية إثراء هذا الجانب لتعزيز الصورة الذهنية عن المستشفى لدى المرضى، ولم يصل المستشفى إلى المُستوى المطلوب في تبني مُشاركة مُجتمعية محلية فاعلة وذلك لنقص الكوادر البشرية، وعدم توفر المخصصات المالية.

وأوصت الدراسة بأهمية استخدام الترويج والإعلان عن الخطط، وإيجاد طُرق فاعلة لتطوير عمل العلاقات العامة، والطاقم الطبي؛ لبناء علاقات قوية وإيجابية مع الجمهور، بهدف تحسين الصورة الذهنية عن المستشفى، وتطوير البحوث الخاصة بهذا الموضوع من خلال أخذ رأي الموظفين والمرضى وعمل مقارنات مع مُستشفيات أخرى.

2- دراسة (Topan , Flavia) توبان 2012 بعنوان:

"Public Relations In Health Care العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحيّة.

ركّزت هذه الدراسة على أهمية العلاقات العامة في نظام الرعاية الصحيّة في القطاع الصحي في رومانيا، وتناولت أشكال الاتصال الذي تستخدمه العلاقات العامة في المُستشفيات، واستراتيجياته التسويقية في مجال الرعاية الصحية، وطرحت عدداً من الاستفسارات التي تتعلق بالكيفية التي يُمكن من خلالها لنظام الاتصال في العلاقات العامة أن يضع إطاراً واضحاً في الرعاية الصحية، وآليات تعزيز العلامة

التجارية للمستشفى وكيفية حل الأزمات التي قد تواجهها، وكيف يمكن للأطباء تحسين علاقاتهم مع المرضى.

وتناولت الدراسة مهام العلاقات العامة، وأهمها: إدارة سُمعة المُستشفى (الصورة الذهنية)، بناء العلامة التجارية للمستشفى، وإبقاء المُناخ التنظيمي مزدهراً، والحفاظ على العلاقات مع المستثمرين من خلال (أنشطة جمع الأموال) من السُلطات العامة والمُنظمات غير الربحية، وتوفير المعلومات حول المؤسسة للجماهير.

وتناولت الدراسة نشاطات العلاقات العامة التي حصرتها في ثلاثة محاور أساسية، هي: "الاتصالات الداخلية، العلاقات المُجتمعية، والعلاقات الإعلامية". ولفتت النظر إلى ما تمتلكه العلاقات العامة من أدوات قوية مثل المعلومات، والقُدرة على إقناع الجماهير وكسب ثقة المرضى، والشفافية، والكفاءة والمهنية، والثقة، وتحسين الذات كمفاتيح لبناء الصورة الذهنية الإيجابية عن المستشفى.

ومن أهم نتائج الدراسة: أهمية الاتصال الفعّال في عمل العلاقات العامة في القطاع الصحي، أهمية استخدام وسائل الإعلام كأداة قوية لنشر المعلومات في مجال الرعاية الصحية، وضرورة أن يكون لدى العلاقات العامة خطة لإدارة الأزمة، إذ تتعرض المُستشفيات لحالات من سوء المُمارسات الطبيّة، أو الأخطاء الطبيّة، والأوبئة.

3- دراسة (Tomic , Zoran) توميك وباحثين آخرين 2010 بعنوان:

"Public Relations In Health Care" "العلاقات العامة في الرعاية الصحيّة".

سعت الدراسة إلى تحليل كيفية عمل العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحية والآلية التي تتبعها في العملية الاتصالية مع الجمهورين الداخلي والخارجي المُستهدف في المؤسسات الصحية، سواءً في المُستشفيات أم مراكز الرعاية الأولية، بهدف إيجاد الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الصحية وتحقيق الاحترام المُتبادل والتفاهُم وتعزيز المصالح المتبادلة.

وتناولت الدراسة الجمهور وتقسيماته في المؤسسة الصحية داخلياً وخارجياً، وآليات الاتصال وتعامل العلاقات العامة مع هذه الجماهير لبناء علاقات طويلة الأمد وإدارة سُمعة المُستشفى، وتعزيز النظام العام في قطاع الرعاية الصحية وتحسينه، باستخدام الاتصال باتجاهين، ومبادئ الاتصال الفعال الذي يستخدم البحث، والتخطيط، والتنبؤ.

وقد بينت نتائج الدراسة أن موظفي العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الصحية هم المسؤولون عن تعزيز النظام العام في المؤسسة الصحية وتحسينه، من خلال مُساهمتهم في الاتصال الفاعل مع الجمهور، وأن من أهم أدوارهم هو تقديم الأساليب الاستباقية، وهي خطوة التخطيط في عمل العلاقات

العامة، لحل المشاكل، وعلى المؤسسات الصحية أن تنتقل من ردود الأفعال اتجاه المشكلات التي تواجهها إلى الأساليب الاستباقية في العمل من خلال التواصل مع جماهيرها، ويجب أن يكون الاتصال ثُنائي الاتجاه لتلبية مصالح المرضى والمستشفى.

4- دراسة (Guy, Bonnie) جاي وباحثين آخرين 2007، بعنوان:

"Approaches To Organizing Public Relations Functions In Healthcare"

"منظور تنظيم العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحيّة".

هدفت هذه الدراسة إلى تزويد مُتلقي الخدمة بالإطار النظري لفهم وجهات النظر المتنوعة حول أدوار العلاقات العامة ووظائفها في مؤسسات الرعاية الصحية، والبدائل المُتاحة لتنظيم هذه الوظائف والأدوار في ظل تنوّع جمهور المستشفى من (المرضى والزوار، والأطباء، والمتطوعين، والمساهمين، والمجتمع، والطلبة، والإداريين، والمالكين) .

وأشارت الدراسة إلى أبرز الأساليب الاتصالية مع الجمهور، بالاستناد إلى ما طرحه الباحثان (جروينج وهانت) (Hunt & Grunig) وهي: الاتصال بالاتجاه الواحد، الذي تزوّد فيه المؤسسة جمهورها بالمعلومات وتتواصل معه، ولكنها لا تستفيد من المعلومات الراجعة، كما أنها تنشُر المعلومات المُحببة عن المؤسسة فيما تحجُب النشر السلبي، ثم تمت مناقشة الأسلوب الثاني للاتصال وهو نموذج الاتصال باتجاهين، ويكون من المؤسسة إلى جمهورها وبالعكس، إذ تعمل من خلاله المؤسسة على مفهوم الشراكة ليس بالأهداف والخطط والإجراءات وحسب، بل ومن خلال التأثير على مواقف المسؤولين وسلوكياتهم والإدارة في المؤسسة لصالح الجمهور.

وقد طرحت هذه الدراسة وجهات النظر المُتباينة المؤثرة على أهداف العلاقات العامة والأنشطة التي تضطلع بها من خلال استعراض بعض الدراسات الأكاديمية، وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي، وتعريف الجمهور، وتنظيم وظائف العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحيّة، وكيف تُدير المؤسسات الصحية أنشطة العلاقات العامة.

وتناولت الدراسة مثالاً ناجحاً على الاتصال الثنائي الاتجاه في مجال حملات التبرُّع بالأعضاء، وكيف تعمل العلاقات العامة المُنظمة التي تستخدم التخطيط بشكل جيد كأداة لإنجاح هذه الحملات في مؤسسة الرعاية الصحيّة، وبيّنت الدراسة أن دور العلاقات العامة لا يقتصر فقط على إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة الصحيّة وإرسال رسائل عنها - مع أهمية هذين النشاطين- بل يجب أن تتجاوزهما لتكون أداة لتعزيز المنفعة المتبادلة ما بين المؤسسة وجُمهورها لتحقيق المزيد من النجاح .

5- دراسة (Kirdar, YalcIn) كيردار 2007، بعنوان:

" The Role Of Public Relations For Image Creating In Health Services: A Sample Patient Satisfaction Survey ",

"دور العلاقات العامة في خلق صورة الخدمات الصحيّة- عينة استبيان رضا المرضى" .

ناقشت هذه الدراسة دور العلاقات العامة في خلق الصورة الذهنية الإيجابية عن الخدمات الصحية في المستشفيات، إذ تتطلب المستشفيات أنشطة علاقات عامة تُميّزها عن المستشفيات المُنافسة لها، وبينت الدراسة أن الاتصال (الثنائي الاتجاه) بين المُستشفى والمُجتمع يعمل على خلق صورة ذهنية قوية للمستشفى عند الجمهور.

وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبيان لمسح رضا متلقي الخدمة وعددهم (264) مريضاً، تلقوا العلاج في مستشفى جامعة (مالتيب) في تُركيا، وقد تناولت الدراسة كيفية تقديم خدمات (الفحص الطبي، خدمات الطعام، خدمات البيئة، الخدمات التمريضية) المقدمة للمرضى وعائلاتهم، وسلوكهم ومواقفهم حول الخدمات التي يتلقونها في المستشفى في مجالات: الفحص الطبي، والدخول، والخروج، والمنامة.

وقد تناول الاستبيان العديد من المحاور، من أبرزها: تأثير الخدمات المُقدمة للمريض وعائلته على اعتماد المستشفى من خلال الأنشطة الداخلية التي تنفذها العلاقات العامة، وكيف يرى متلقو الخدمة الاتصال الصادر عن المستشفى ويقيمونه من خلال ما تقدّمه العلاقات العامة من كتيبات ونشرات، وتغطية صحفية وقضايا إعلامية لا سيما المتعلقة بالحملات التوعوية بمفاهيم الصحة العامة.

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج، من أبرزها: أن معظم الذين شاركوا في الاستبيان أجابوا بأن خدمات الفحص والطعام والعناية تُلبي توقعاتهم، وأظهرت النتائج أن الاتصال كان كافياً ومُلبياً من خلال الكُتيبات والصحافة والإعلام عن الحملات التثقيفية والتوعوية بالصحة العامة.

6- دراسة (Tengilimoglu ,Dilaver) تنجي ليمجلو وباحثين آخرين 2007 بعنوان:

"The Role Of Public Relations Activities In Hospital Choice"

"دور أنشطة العلاقات العامة في اختيار المستشفى".

تناولت الدراسة دور العلاقات العامة ونشاطاتها في التأثير على اختيارات الزبائن للمستشفيات العامة والخاصة والجامعية في أنقرة - تركيا، وقد أثبتت الدراسة من خلال نتائج الاستبيان الذي وزع على (971) مريضا في مستشفيات القطاع العام والخاص والجامعي في العاصمة التركية أنقرة، بأن تصرفات موظفي أقسام العلاقات العامة ونشاطاتهم، تلعب دوراً هاماً وبارزاً في اختيار المرضى للمستشفيات، بُغيه العلاج وتأثير تلك الأنشطة في تدعيم سمعة المستشفى وصورته الذهنية.

وتبعاً لذلك يرى الباحثون أن هذه الدراسة تلفت نظر مديري الرعاية الصحية إلى الارتباط الوثيق بين انتقاء المرضى للمستشفيات ونشاطات أقسام العلاقات العامة، مما يُسهم في تطوير أداء العلاقات العامة وتحسينه من صُنّاع القرار في المستشفيات التُركية، وتشير الدراسة إلى تأثير عددٍ من العوامل في قرار اختيار مستشفى دون آخر، ومن أبرزها: أنشطة العلاقات العامة الأولية والأساسية كرابط بين الزبون والمستشفى والموظفين.

وقد أوصت الدراسة بأهمية خلق صورة ذهنية إيجابية عن المستشفى من خلال تحسين عمل العلاقات العامة وأنشطتها بما يُعزز عوامل اختيار المستشفى، كتوفير طاقم من الأطباء الناجحين، وعامل قُرب المُستشفى من منزل المريض، وتوفّر العاملين المهرة في المجال الصحي، و بضرورة تعزيز الانطباعات الإيجابية لدى المريض من خلال توجيه أنشطة العلاقات العامة إلى تحسين سلوكيات الموظفين ومواقفهم.

وقد دعت الدراسة إلى تفعيل أنشطة العلاقات العامة في المستشفيات كالاتصال الوُجاهي، والإعلام المرئي والمسموع، والصحافة، والمطبوعات، والندوات، واللوحات الإرشادية، ودعت إلى تطوير المواد المكتوبة، والمسموعة، وتدعيم الهوية المؤسسية، وتفعيل الإعلام، والأخبار والخُطب، وخدمات المعلومات الهاتفية، والتسويق.

7- دراسة (Shelton, Christina) شيلتون 2001 بعنوان:

“ The Bloomington Hospital Public Relations Department”

"دائرة العلاقات العامة في مستشفى بلومنجتون".

وهي دراسة حالة لواقع دائرة العلاقات العامة في مستشفى بلومنجتون في ولاية إنديانا الأمريكية، بيّنت فيها الباحثة أن هذا المستشفى ليس داراً للرعاية الصحية غير الربحيّة وحسب، ولكنه أيضاً جمعية صحيّة، تستحق الدراسة، وذلك للميزات الفريدة التي جعلته قادراً على جذب المرضى بسهولة؛ وذلك بسبب فاعلية قسم العلاقات العامة وقوّته، من خلال المواد والبروشورات والكتيبات التي توجّه للجمهور والمُصممة من قبل العلاقات العامة. ومع أن قسم العلاقات العامة في هذا المستشفى استطاع أن يصل إلى الفئة المُستهدفة من العامة، إلا أنه لم يصل إلى طلبة جامعة إنديانا وذلك لأن طلبة هذه الجامعة يرتادون المركز الصحي التابع للجامعة الذي يقدم خدماته للطلاب ضمن ساعات مُحددة فلا يذهبون إلى مستشفى بلومنجتون إلا في الحالات الطارئة، ولذلك اقترحت الباحثة على قسم العلاقات العامة في المستشفى أن يقوم بدور تعريف الطلاب بالمستشفى من خلال تقديم المواد التعليمية والمعلومات الضرورية حول آليات الوصول للمستشفى.

وأشارت الباحثة إلى أن دائرة العلاقات العامة، قامت ببعض الأنشطة الاتصالية لتفعيل جذب الجمهور، كان من أبرزها: نشر معلومات عن المستشفى في الصحف، وإصدار مجموعة من الإصدارات التعليمية في الجريدة المحلية وفي دليل الهاتف، ونشر معلومات عن الخدمات الجديدة (الحوافز، شؤون التقاعد للموظفين)، والبرامج الخاصة بالأطباء في النشرة الإخبارية الشهرية، وقد وضعت العلاقات العامة طُرقاً للوصول إلى الفئات الطُلابية من خلال إقامة معرض صحي، وتوفير معلومات عن كيفية الوصول الى المستشفى، ووضع خارطة فضلاً عن استخدام مجلة الطلبة لهذا الغرض.

8- دراسة (Gelineau, Stephen) جيلنيو 2001 بعنوان:

"Hospital public relations: A Contemporary profile"

" العلاقات العامة في المُستشفى: لمحة مُعاصرة ".

تتعلق هذه الدراسة بإجراء استطلاع حول آلية تحسين أداء أقسام العلاقات العامة في المُستشفيات الأمريكية، فقد أعد الباحث استبياناً تم توزيعه على (386) مدير علاقات عامة أو مُديراً تنفيذياً في المستشفيات الأمريكية المُسجلة في ولاية نيوانجلاند، وتم الرد من قبل (225) مديراً بنسبة (50%)، واحتوت تلك المُستشفيات على (91.154) سريراً، وكانت أعداد الدخولات من المرضى (1.954.168) مريضاً، بمُعدل نسبة إشغال وصلت إلى (79.3%)، وأوضحت نتائج الدراسة بأنه ليس من الضرورة أن يكون في كل مستشفى من المستشفيات المدروسة قسم للعلاقات العامة أو موظفون مُعينون تعييناً رسمياً، ولكن يوجد في كل منها نشاط مُرتبط بعمل العلاقات العامة أو شكل من أشكال مُمارستها، وبينت إجابات العينة بأنه يوجد نسبة (80.5) موظفاً للعلاقات العامة او قسماً مخصصاً لهذا الغرض، وان هنالك نسبة (56%) من الموظفين يحملون درجة البكالوريوس، كما يوجد (45%) من الموظفين المُعينين لأغراض العلاقات العامة، ويوجد نسبة (20%) من الموظفين المخصصين لجمع التبرعات، ونسبة (15%) من الموظفين لغايات النشر والتحرير، و(10%) لغايات التوعية بالأمراض، وخدمة المجتمع، والتخطيط، والعلاقات الإعلامية، ونسبة (71.5%) مسؤولاً مُباشراً أو مديراً تنفيذياً في مجال العلاقات العامة.

9- دراسة (Gordon, Chandra) جوردن وآخرين 2000 بعنوان:

Public Relations Expertise Organizational Effectiveness Astudy Of U.S. Hospitals "

" خُبراء العلاقات العامة وفاعليتهم التنظيمية في المُستشفيات الأمريكية".

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مدى قيام أقسام العلاقات العامة بتقديم مُمارسات ممتازة في مجال خدمات المرضى من خلال استطلاع وطني شمل (191) مدير علاقات عامة في مستشفيات أمريكية.

وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبيان الذي تضمن أربعة أجزاء ركّز الجزء الأول على متغيرات الحالة والديموغرافيا لأفراد العينة، وتناول الجزء الثاني نماذج الاتصال في عمل العلاقات العامة، والأدوار التي يقوم بها مديرو العلاقات العامة وفنيّوها، وتناول الجزء الثالث مدى مشاركة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي في المستشفى، واختصّ الجزء الرابع بفعالية المؤسسة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ثمة ارتباطاً قوياً ووثيقاً بين الفاعلية التنظيمية للعلاقات العامة في تحفيز دور المدير ومساهمته بشكل فاعل في عملية التخطيط الاستراتيجي للمستشفى، كما أظهرت نتائج الاستطلاع أن براعة إجراء الاتصال المتوازن بالاتجاهين من فنيي العلاقات العامة- والذي وصفه الباحثون بأسلوب "المُناظرة أو المحاورة بين المؤسسة وجمهورها"- هي الأسلوب الأمثل في حل المُشكلات التي تواجهها المستشفيات الأمريكية .

10- **دراسة (Grunig, James) جروينج 1978 بعنوان:**

"Defining Publics In Public Relations the Case Of A Suburban Hospital"

" تعريف الجُمهور في مجال العلاقات العامة: دراسة حالة على مُستشفى الضواحي".

تناولت الدراسة التعريف بجمهور العلاقات العامة ، وأنواع العلاقات التي تُستخدم في التعامل مع الجمهور في المستشفيات، وهدفت إلى وصف سلوك الجمهور، وكيف يعمل ممارسو العلاقات العامة، على البحث والتحليل لهذه الجماهير في المرحلة التكوينية من إعداد برامج العلاقات العامة وليس في المرحلة التقييمية، وقد أجريت هذه الدراسة بالتعاون مع العلاقات العامة والموظفين الإداريين في مستشفى الأمير (Georges)، ومركز طبي (Cheverly) في مقاطعة ميرلاند في الولايات المُتحدة الأمريكية، إذ إن الصورة الذهنية لهذا المستشفى سلبية لدى جمهوره في المُقاطعة.

وقد تناولت الدراسة نماذج (جروينج) (Grunig) في وصفه لسلوك الاتصال ونماذجه، باستخدام أداة الاستبيان عن طريق الهاتف الذي وضعت أسئلته لتغطي النماذج الاتصالية الأربعة التي وضعها جروينج مُتناولة سلوك الاتصال مع الجماهير في ضوء احتياجاتهم للمعلومات حول المستشفى، وأبرزت النتائج بأن هناك أربعة أنواع من الجماهير هي: (النشطة، والأقل نشاطاً، والمُتماثلة وفق سلوكياتها، والجماهير المنعزلة) وأن الجماهير التي ترتاد المستشفى هي الجماهير التي كان لديها معلومات عنه وعن البرامج التي يقدمها.

وقد أثبتت الدراسة بأن الجمهور المُتعلم هو الأكثر تواصلاً مع المستشفى، كما أنه من الممكن استخدام سلوكيات الجمهور كوسيلة لاختبار برامج العلاقات العامة وتقييمها التي تصدر من خلال وسائل

الإعلام ، وأن أفضل طرق الاتصال في عمل العلاقات العامة هو الاتصال الشخصي (الوجاهي) (Personal Contact)، واستخدام المنشورات التعريفية للمرضى وللمتعاملين مع المستشفى.

11- دراسة (King, Brent) كينج 1993 بعنوان:

" Public Relations Fund Raising And Marketing In Canadian Hospitals"

" العلاقات العامة، جمع التبرعات والتسويق في المستشفيات الكندية".

قدمت هذه الدراسة المتعلقة بإدارة الرعاية الصحية في كندا لمحة حول نمو العلاقات العامة منذ العام 1983 في تلك المُستشفيات الكندية وتطوّرها، وأشارت إلى أن المسؤولين التنفيذيين في تلك المستشفيات يشيرون الى افتقار الجمهور الى معرفة تكاليف الرعاية الصحية، وأن هناك فهماً محدوداً للأدوار التي من الممكن أن تلعبها العلاقات العامة في المستشفيات في مجالات حل المُشكلات والتخطيط للسياسات، وتقديم المشورة للإدارة، وأن دورها محصور في الكتابة والتحرير وتصميم المطبوعات وإنتاجها، والعلاقات الإعلامية والدعاية والترويج.

وتناولت الدراسة وضع العلاقات العامة في المستشفيات الكندية في العام 1990 ، إذ اكتسبت في حينها مصداقية أكثر ومهنية أعلى، واستمرت الجهود في تنمية وضع العلاقات العامة وتطويرها، وإضفاء الطابع المهني والتركيز على الأنشطة الاتصالية في عملها، حتى وصلت مؤخراً إلى قبول مُتزايد وفاعلية أكثر وإدارة أعلى للاتصال، وإجراء البحوث من أجل فهم وجهات نظر الجمهور سواء من (الطاقم الطبي، أو الممرضين، أو الجهات المانحة، أو السياسيين) وتقديم المشورة للإدارة العليا لتمكينها من اتخاذ القرارات، وقد اعتمدت العلاقات العامة في المستشفيات الكندية على جمعية العلاقات العامة الكندية لتطوير هذه المهنة.

وقد ركزت الدراسة من خلال الاستبيان الذي وُزّع على المديرين التنفيذيين في جميع المستشفيات الإنجليزية في كندا من فئة المئة سرير فأكثر الموجودة في قائمة دليل جمعية المستشفيات الكندية، على وصف الوضع الحالي في تلك المستشفيات للوظائف الثلاث: (العلاقات العامة، جمع التبرُعات، والتسويق) و نظرة المُديرين التنفيذيين إلى التحديات التي تواجه الوظائف الثلاث.

وقد أشارت نتائج الاستبيان إلى أن (41%) من المستشفيات المدروسة تستخدم موظفي العلاقات العامة لجمع التبرعات، وأن أقل من (5%) من المستشفيات استحدثت منصب مُدير للتسويق.

وأفادت الدراسة بأن (50%) من المستشفيات تحصل على دخل من وراء الأنشطة التسويقية، وأن ثلاثة أرباع المستشفيات لديها مسؤول عن العلاقات العامة، ومُعظمها لديها موظفين للأعمال التطوعية

وجمع التبرُعات، وأن الوظائف الثلاث من علاقات عامة وتسويق وجمع تبرعات جميعها محددة في الدور الفني للعلاقات العامة.

- **الدراسات العربية والأجنبية غير المنشورة:**

1- دراسة منصور 2012 ، بعنوان: "أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني".

هدفت الدراسة إلى بيان أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة بـ (البحث والتخطيط والاتصال والتقويم)، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة تبعاً للمتغيرات الديمغرافية والوظيفية حسب: النوع الاجتماعي، والعُمر، والمؤهل العلمي، والتخصص، والمسمى الوظيفي، والخبرة، ونوع القطاع.

وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الشامل، وشمل مجتمع الدراسة جميع موظفي العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني عام 2012، واستُخدمت أداة الاستبيان واعتمدت على نظرية الحتمية التكنولوجية، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن القطاع الصحي الأردني يستخدم تكنولوجيا الاتصال بمتوسط حسابي مُرتفع، ويستخدم التكنولوجيا في وظائف العلاقات العامة حسب الترتيب التالي: (التخطيط، والاتصال، والبحث، والتقويم).

2- دراسة مسيلي 2009/2008، بعنوان: "العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية - دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس- قسنطينة".

هدفت الدراسة إلى توضيح مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحيّة الجزائرية، والتعرّف إلى مُختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها، ومُحاولة تشخيص المعوقات التي تُعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي في المؤسسة الصحيّة الجزائرية، وإزالة الغموض وتوضيح الصورة بإبراز الدور الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي في القطاع الصحي الجزائري. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان.

وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود جهاز متخصص في العلاقات العامة، إنما يوجد مكاتب للإعلام والاتصال تُوكَل إليها مهام العلاقات العامة، وهي ليست مُرتبطة مباشرة بالمديرية العامة، ولا تُناسب مكانة العلاقات العامة لأن المديرية العامة تحتكر هذا المجال وتُضيّق عليه، وتحصر وظائفه في أنشطة لا تُعبر فعلاً عن أنشطة العلاقات العامة، إذ تم اختصار تلك الوظائف في قراءة الصُحف والرد على ما يُنشر فيها، وما يُقال في وسائل الإعلام، كما أن المُستشفى يفتح المجال لجميع العاملين لتقديم شكاواهم عن طريق

الاتصال المباشر مع المسؤول، الذي يردُّ بدوره على هذه الشكاوى مُباشرة، وبالتالي لا يجد أفراد المُستشفى صعوبة في ذلك، كما يُقدم أفراد المستشفى اقتراحات في الجانب الطبي ويُحاول مكتب الإعلام والاتصال فيه يحاول تحسين العلاقات داخل المستشفى قدر المُستطاع مع الابتعاد عن وظائف العلاقات العامة المتخصصة، وكانت أبرز وسيلة اتصال مُستخدمة في المستشفى هي الإعلانات عبر الملصقات لإعلام الأفراد عن نشاطات المستشفى وتعليماته.

وأوصت الدراسة بإعادة النظر في أهمية العلاقات العامة كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى، وإنشاء إدارات وأقسام أو وحدات علاقات عامة في الجهات التي لا توجد فيها علاقات عامة، وتوحيد المُسميات التنظيمية لها تحت مسمى "العلاقات العامة" وإلغاء المُسميات الأخرى التي لا تتفق مع المفهوم الصحيح للعلاقات العامة، مع ضرورة توفير الإمكانات اللازمة لإدارات العلاقات العامة ورفع المُخصصات المالية لها بحيث تتكافئ مع المسؤوليات التي تقع على عاتقها، حتى يتسنى لها تأدية مهامها على أكمل وجه.

3. دراسة السريع 2004 بعنوان:" الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة".

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح واقع العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية من حيث: الأدوار المؤسسية، والأنشطة التي تقوم بها أقسام العلاقات العامة وأهدافها، والفروق بين المستشفيات الحكومية والخاصة تبعاً للأدوار المؤسسية والأنشطة وأحجام المستشفيات.

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي (المسح) لكافة المستشفيات الحكومية والخاصة في السعودية، وذلك باختيار عينة عشوائية منتظمة بلغت (295) مستشفى منها (190) حكومياً و(105) مستشفى خاص، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الدور الذي يغلُب تطبيقه في عمل العلاقات العامة في المستشفيات السعودية الحكومية والخاصة هو دور النشر، وأن نشاط استقبال الوفود هو النشاط الذي يغلب ممارسته في المستشفيات الحكومية، تلا ذلك أنشطة أخرى هي: (بحث الشكاوى، وتحسين الصورة الذهنية للمستشفى أمام الجمهور الخارجي (الزوار)، وكسب ثقتهم كأول الأهداف التي تسعى العلاقات العامة في المستشفيات السعودية إلى تحقيقها وذلك بنسبة (77.6%) في الدراسة، ثم التعرف إلى جماهير المرضى والأطباء ومساعدتهم وذلك بنسبة (72%).

وقد اتضح وجود فروق بين المُستشفيات الحكومية والخاصة في بعض الأنشطة، تميل لصالح المُستشفيات الخاصة بسبب تفهُّم الإدارة العُليا فيها وإدراكها لأهمية الإعلان، والاعتماد عليه كمصدر لجذب أكبر عدد من المُستفيدين، وإدراكها لأهمية الأنشطة الاجتماعية في الارتقاء بسُمعة المستشفى، وقد أثبتت الدراسة وجود فروق تتعلق بممارسة أكبر في نشاطات: إقامة المعارض والرد على ما ينشر في الصحف تميل لصالح المستشفيات من سعة (40) سريراً.

4- ورقة عمل قدّمها (Renata, Schloss) سكلوس ريناتا 2008 لمؤتمر جمعية الاتصال الوطنية، بعنوان:

"Health Care Public Relations & Strategic Communication" ، "الرعاية الصحيّة للعلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي.

هدفت الدراسة - التي أجريت على مركز طبي جامعي أكاديمي عريق في أمريكا شُيّد في العام 1920 ولم يُذكر اسمه يحوي على مركز شامل للسرطان أُنشئ في عام 1971- إلى تطوير دور العلاقات العامة في مجال توفير المزيد من المعلومات في مجال الاتصال في الرعاية الصحية، وطبيعة الاتصال الاستراتيجي الذي يقدمه المركز الطبي، وطبيعة البحوث التي تُجرى على الجمهور، وعملية التخطيط للبرامج الاتصالية، والتمييز بين أدوار العلاقات العامة والتسويق، والإعلان.

وقد استخدمت الدراسة عدّة أدوات هي: دراسة الحالة، إضافة الى إجراء أربع مُقابلات مع مُديري العلاقات العامة وممارسيها ومديري الاتصال في المركز الطبي، بالإضافة إلى تحليل مضمون المطبوعات والنشرات والأخبار والمقالات الصادرة عن المركز.

وقد خرجت الدراسة بجُملة من النتائج من أبرزها: أن مديري العلاقات العامة وممارسيها في المركز الطبي قاموا بعملية الاتصال في مجال الرعاية الصحيّة من خلال تثقيف الجمهور بوساطة الرسائل الإعلامية والاتصال الاستراتيجي، وأظهرت نتائج الدراسة بأنه لا يُعاد تقييم الخطط الاستراتيجية للعلاقات العامة بشكل مُنتظم، وتُجرى البحوث في مجال الرعاية الصحية إجراءً غير رسمياً، وأن العلاقات العامة تستخدم طريقة الاتصال باتجاه واحد في مجال الرعاية الصحيّة، وهي لا تُشارك في البحوث الرسمية لوضع خطط الاتصال الاستراتيجي في المركز، ولا يُمارس الاتصال التسويقي المتكامل مع أن العلاقات العامة تقوم بدور التسويق والإعلان للوصول إلى أهدافها، وقد أظهرت النتائج أن أخصائي العلاقات العامة في المركز الطبي يُديرون العلاقات الإعلامية، بينما يُدير المختصون بالتسويق العلاقات الخارجية مع الجمهور الخارجي.

وأوصت الدراسة بأهمية الاستمرار بإجراء البحوث الخاصة بالاتصال، وتوسيع أدواته وتكتيكاته، لمساعدة العلاقات العامة على تحقيق ممارسة أفضل في إجراء الاتصال الاستراتيجي في مجال الرعاية الصحية، وأهمية تطوير وظائف الاتصال في مجال الرعاية الصحيّة، وإجراء البحوث في هذا المجال، والتمييز بين الأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة في مجالات الاتصال، والتسويق، والإعلان.

- **مُلخص الدراسات السابقة والفرق بينها وبين الدراسة الحالية:**

في ضوء ما ورد من دراسات سابقة تناولت عمل العلاقات العامة وممارساتها ووظائفها وأنشطتها في المُستشفيات وحقل الرعاية الصحيّة، فإن هذه الدراسات تتفق جميعها على أهمية دور العلاقات العامة وممارساتها الاتصالية والإدارية في مجال الرعاية الصحية في المُستشفيات، وقد أكدت على ضرورة مُمارسة أنشطة العلاقات العامة من خلال أجهزة مُتخصصة تتوفّر فيها الكفاءات الفنية والعلمية، وتحاول هذه الدراسة على غرار الدراسات السابقة، التأكيد على أهمية العلاقات العامة وممارساتها الاتصالية ووظائفها الإدارية وأنشطتها .

وقد عرضت الدراسات السابقة لأهمية وجود أجهزة متفرغة للعلاقات العامة في المستشفيات، ذات كوادر مؤهلة، وبميزانيات واضحة لتتمكن من تقديم ممارساتها الاتصالية والإدارية على الوجه الأكمل، وقد بينت الدراسات السابقة التي أجريت على الصعيدين العربي والأردني بأن هذه الوظيفة لم تُطوِّر من مُمارساتها وأنشطتها للدرجة المطلوبة في المستشفيات والمؤسسات الصحيّة، ولم ترتق إلى المستوى الذي ينشُدُه المُتخصصون في هذا الحقل.

فالعلاقات العامة لم تزل تستخدم أساليب الممارسة التقليدية، ولا تزال النماذج الاتصالية المستخدمة في تنفيذ وظائفها وممارساتها وأنشطتها تنحصر في نموذجي النشر والإعلام العام عن المستشفى دون التفاعل مع الجمهور، وصولاً إلى تعديل استراتيجيات المستشفى بما يتواءم مع رغباته واتجاهاته وتطلعاته، والتي يتبعها النموذج الاتصالي المتناسق بالاتجاهين.

وقد بينت بعض الدراسات العربية التي تناولت واقع العلاقات العامة في بعض المؤسسات الصحية والمستشفيات بأن العلاقات العامة ما زالت تعاني من عدم وجود أجهزة مُتخصصة لها في المستشفيات ولا ترتبط إداريا بالإدارة العُليا، وهي تقوم بمهام المكاتب الإعلامية والاستعلام فقط، ولا تُمارس وظائفها المتخصصة، إلا إنها تقوم بممارسة أعمال ومهام ليست من تخصصها كأعمال الترجمة والتسهيلات وتقديم البيانات عن العاملين، ومن جانب آخر تقوم إدارات أخرى بأعمال ومهام ووظائف العلاقات العامة كأقسام التسويق وخدمات المرضى، وقد بينت بعض الدراسات روتينية الأنشطة والمُمارسات والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة لاسيما في المستشفيات الحكومية، ومحدودية الوسائل الاتصالية المتوفرة لها .

وعلى صعيد النماذج الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها وهي: (النشر، والإعلام العام، والنموذج الاتصالي غير المتناسق باتجاهين، والنموذج المُتناسق في الاتجاهين) فقد أشارت تلك الدراسات إلى تفاوت استخدام هذه النماذج والأشكال الاتصالية بين المُستشفيات الحكومية والخاصة حيثُ لم ترتقِ المستشفيات وخصوصاً الحكومية إلى استخدام النموذج الأمثل للاتصال في عمل العلاقات العامة وهو المُتناسق باتجاهين.

وبالمقابل ركزت الدراسات الأجنبية على عمل العلاقات العامة في حقل الرعاية الصحية في مجال خلق الصورة الذهنية الإيجابية عن المستشفى وتعزيزها، وتطوير المُناخ التنظيمي والحفاظ عليه مع الجماهير الداخلية والخارجية، كما بينت تلك الدراسات امتلاك العلاقات العامة في المستشفيات أدوات اتصالية فاعلة تمكّنها من كسب المرضى وثقتهم والجمهور الداخلي من العاملين، وكذلك مواجهة الأزمات التي قد تحيط بالمستشفى من خلال التنبؤ والتخطيط المدروس للبرامج والأنشطة، مقدمة أمثلة فاعلة على هذه الممارسات.

وأظهرت بعضها بُعداً جديدا في عمل العلاقات العامة، أغفلته الدراسات العربية والأردنية تَرَكّز في موضوع "المسؤولية المجتمعية" للعلاقات العامة في المستشفيات الاجنبية، وسعيها لإدارة الحملات التي تسعى لجمع التبرعات لصالح المستشفيات والمرضى .

وتكاد الدراسات السابقة تُجمِع على أنه من الممكن حلّ مشكلات العلاقات العامة الاتصالية في المُستشفيات من خلال تقديم مُمارسات اتصالية فاعلة، وتنفيذ برامج وحملات علاقات عامة وأنشطة تخصصية وصولاً لأن تكون هذه الوظيفة إحدى الوظائف الأساسية وذات الصدارة في إدارة المستشفيات، مؤكدة على أن تصرفات موظفي أقسام العلاقات العامة ونشاطاتهم تلعب دوراً هاماً وبارزاً في اختيار المرضى لمستشفيات دون أخرى بهدف العلاج، وأن أنشطة العلاقات العامة الاتصالية تلعبُ أساسياً في تدعيم الصورة الذهنية للمستشفى وحل أزماته.

ونظراً لما سبق تأتي هذه الدراسة لتتناول بشمولية الممارسات الاتصالية والوظائف الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية، لتغطي النقص الحاصل على مستوى الدراسات العربية والأردنية متناولة أشكال وآليات تطبيق هذه الممارسات والأنشطة الاتصالية والإعلامية في عملها والوسائل الاتصالية المُستخدمة لتنفيذ عملية الاتصال، وتوضيح أوجه القوة ومكامن الضعف وأبرز الاقتراحات لدى المُديرين والممارسين بهدف تطوير الممارسات الاتصالية والإدارية.

المبحث الرابع

وسائل الاتصال في عمل العلاقات العامة

تستخدم العلاقات العامة العديدَ من الوسائل الاتصالية في مزاولة نشاطاتها الموجهة للجماهير، وهذا ما يؤكده كل من الجمّال وعيّاد في كتابهما: **إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي** إذ يشيران إلى أنه " بقدر ما في الوسائل الاتصالية المُتاحة لمُخطِط العلاقات العامة من تنوع وتعدُد بقدر ما يمثله هذا الأمر من تحدٍ له في كيفية إدارة هذه الوسائل وتحديد أيُّها الأنسب للاستخدام؛ لأن ذلك الاختيار يرتبط بعدة عوامل منها: أهداف البرنامج الاتصالي، طبيعة الجمهور المستهدف، وطبيعة الرسالة الاتصالية، والخصائص المادية والفنية للوسيلة" (265:2005).

وتستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام الخاصة التي تُصدرها بنفسها، كمجلة المؤسسة والنشرات الإخبارية، وقد تستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية، والوسائل المطبوعة والإلكترونية والمعارض والمهرجانات والحفلات التي توجهها العلاقات العامة لجماهيرها الداخلية والخارجية.

ومع قدوم الرقمنة مُنذ تسعينيات القرن الماضي، تطوّرت قنوات التواصل الاجتماعي وتوسعّت، وكان لها تأثيرها في فتح قنوات وطرق جديدة في الاتصال، ويُشير الموسى في كتابه: **الإعلام العربي الرقمي والتحديات الراهنة** إلى أن الاتصال بأنواعه المختلفة خاصة "الوُجاهي، والجماهيري، والتبادُلي، والتفاعُلي الرقمي، يُعدّ عاملاً رئيساً في تكوين رأي عام مُستنير، ويعمل الاتصال الجماهيري تحديداً على نشر المعرفة بالشؤون العامة وراء العواصم ومراكز الحُكم" (26:2014)

ويُعدّ الاتصال الرقمي أحدث أنواع الاتصال وأكثرها تأثيراً وتميّزاً؛ فهو رقمي (Digital) وتبادلي (Interactive)، ومندمج (Converged)؛ لذا فإن تأثيره المُفترض في المجتمعات المُتلقية للرسائل سيكون واضحاً (الموسى:2010، 145).

ويعتبر الاتصال الإلكتروني (شبكة الانترنت) بمختلف تطبيقاته من أحدث الوسائل الاتصالية في عمل العلاقات العامة ومن أبرزها الموقع الالكتروني للمؤسسة، والبريد الالكتروني: وهو "وسيلة تكنولوجية حديثة، وأحد تطبيقات الحاسب الآلي، ويهدف إلى تبادل المعلومات على الفور، وتأخذ هذه المعلومات شكل النصوص، أو الصوت أو الرسوم، باستخدام نُظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل، وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة، ويُعتبر هذا النوع من الاتصال تفاعلياً ما بين المؤسسة وجماهيرها" (حجاب:2007،381-384).

فيما تُعتبر المُراسلات بأنواعها ومنها البرقيات، والخطابات الشخصية، ولوحات الإعلانات والبلاغات، والمُذكرات، والدعوات والتقارير، والمُقترحات من أبرز طرق الاتصال الهامة في بث رسائل العلاقات العامة لجماهيرها. كما برزت وســـائل الاتصال الوسيطي مثل: (التليفون، الفاكس، التيليكس، التلغراف، الدوائر التلفزيونية المُغلقة).

كما وتحظى الصُحف، والمجلات، ومجلة وصحيفة المؤسسة، والكُتيبات، والكِتاب، والمُلصقات، والنشـــرات، والبيان الصحفي، والخُطب، والمُحاضرات، والمؤتمر الصحفي، والندوات، والمُناظرة، والمعارض، والاحتفالات، والرحلات، والمُعسكرات بالدور الابرز كوسائل اتصالية هامة وقادرة على ايصال رسائل العلاقات العامة المطلوبة، أما وسائل الاتصال المسموعة أو المنطوقة ومنها: المُناقشات، والاجتماعات فلها دور كبير في عمل العلاقات العامة، وهنالك أيضاً لوحات الإعلانات أو الشريط الإعلامي، وخدمة المؤتمرات عن بُعد.

كما يرى الجوهر في كتابه: **وسائل الاتصال في العلاقات العامة** الذي ضمّنه دراسة حول **"استخدام الأفلام في العلاقات العامة"** بأن "أفلام العلاقات العامة قد تكون لتوثيق الأحداث في مُنظمة الأعمال، كزيارة شخصية أو افتتاح مشروع جديد، أو إنتاج جهاز، وبعضها أفلام تعليمية للمُتلقين عن كيفية استخدام مُنتج ما أو المحافظة على البيئة أو كيفية التعامل مع آلة أو جهاز" (2000، 116).

الفصل الثالث: الإطار المنـهجي وطريقة العمل

1- نــوع الدراسة
2- منـهج الدراسة
3- مُجتمع الدراسة
4- عيّنـة الدراسة
5- أداة جمع البيانـات
6- إجراءات الصدق
7- اختبـار الثبات
8- الأساليب الإحصائيّة
9- مصطلحات الدراسة وتعريفاتـها الإجرائية

الفصل الثالث

الإطار المنـهجي وطريقة العمل

يتناول هذا الفصل الإطار العام للبحث الميداني وإجراءاته المنهجية ويتضمن: نوع الدراسة ومنهجها ومُجتمعها والعيّنة، وأداة جمع البيانات وإجراءات الصدق، واختبار الثبات، والأساليب الإحصائية، وأبرز مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية.

نــوع الدراسة :

تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وهي دراسات "تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمُعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفصيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة" (عبد الحميد:2004، 13).

ويُعرّف كل من الطائي وأبو بكر في كتابهما **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية** مفهوم البحث الوصفي (The Descriptive Research) : بأنه البحث الذي "يهتم بتوضيح الواقع الذي تدور فيه الأحداث والمواقف ومحاولة وصف ذلك الواقع وفقا لحقائقه الحاضرة بموضوعية، ويمكن الذهاب إلى أكثر من الوصف، إلى التفسير والتحليل بقصد التوصل إلى استنتاجات تفيد عملية تصحيح الواقع وتحديثه، أو التوصل إلى معلومات ومعارف جديدة تخدم المجال المعرفي الذي تُجرى فيه" (2007،98).

منـهج الدراسة (Methodology):

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يُعدُّ من أكثر المناهج استخداماً في مجال الدراسات الإعلامية.

ويُعرّف المنهج المسحي بأنه: "منهج علمي مُنظّم يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات، المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، كالمؤسسات التعليمية والخدمية والإنتاجية، بقصد التعرّف إلى أنشطتها المُختلفة، وسلوك العاملين فيها، ومواقفهم من مختلف القضايا خلال فترة زمنية مُعينة" (الطائي، وأبوبكر،106).

مُجتمع الدراسة:

مُجتمع الدراسة هو: أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات المدنية في المملكة الأردنية الهاشمية من فئة (100) سرير فما فوق من حكومية وجامعية وخاصة وعددها (30) مُستشفى موزعة في (9) محافظات في المملكة (انظر المُلحق رقم 1).

عينة الدراسة (Sample):

تم استخدم اسلوب المسح الشامل لمفردات العينة التي تمثلت في مُديرو العلاقات العامة وموظفوها في المُستشفيات المدنية الأردنية من فئة مئة سرير فما فوق في العاصمة عمان ومُحافظة إربد وعددها (21) مُستشفى (انظر المُلحق رقم 2). وبلغ عدد مُفردات المسح (103) مُفردة قاموا بتعبئة (75) استبياناً بنسبة توزيع بلغت حوالي (73%) (انظر المُلحق رقم 3)، وقد اعتذر مُستشفى واحد فقط عن تعبئة استبيان الدراسة (انظر المُلحق رقم 4).

وقد استخدمت هذه الدراسة العينة العمدية (القصدية) لأسباب من أهمها: سعة وشمولية مُجتمع الدراسة وامتداده الجغرافي في (9) مُحافظات في المملكة، ولكون عينة الدراسة عيّنة نوعيّة تستهدف مُدراء ومُمارسو العلاقات العامة في المستشفيات الكبرى التي تزيد اعداد اسرتها عن مئة سرير فما فوق تم اختيار هذه العينة، اضف إلى ذلك عدم وجود إحصائيات واضحة لأعداد العاملين في أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية المستهدفة وتذبذب هذا العدد لعدم وجود سياسات واضحة في تعيين الموارد البشرية العاملة في هذا المجال، لذا تم التركيز على المستشفيات الكُبرى في الأردن من فئة مئة سرير فما فوق في مُحافظتين تعدان الأكبر في المملكة وتخدمان شرائح مُتعددة من الجمهور على المستوى المحلي والعربي.

ويوضح الجدول رقم (1) البيانات الديمُغرافية الخاصة بأفراد عينة الدراسة.

جدول 1: البيانات الديمغرافية

		ك	%
النوع الاجتماعي	ذكر	47	62.7
	أنثى	28	37.3
	المجموع	**75**	**100.0**
العُمر	30 سنة فأقل	19	25.3
	31- 50	47	62.7
	أكثر من 50 سنة	9	12.0
	المجموع	**75**	**100.0**
الدخل	أقل من 300 دينار	6	8.0
	301-400 دينار	20	26.7
	401-500 دينار	19	25.3
	501 -600 دينار	10	13.3
	600 دينار فما فوق	20	26.7
	المجموع	**75**	**100.0**
عدد سنوات العمل (الخبرة)	10 سنوات فأقل	29	38.7
	11 –20 سنة	31	41.3
	21 سنة فأكثر	15	20.0
	المجموع	**75**	**100.0**

%	ك		
12.0	9	ثانوية عامة	المُستوى التعليمي
17.3	13	دبلوم متوسط	
49.3	37	بكالوريوس	
5.3	4	دبلوم عالي	
12.0	9	ماجستير	
4.0	3	دكتوراه	
100.0	**75**	**المجموع**	
17.3	13	علاقات عامة	التخصص العلمي
2.7	2	تحرير صحفي	
1.3	1	إذاعة وتلفزيون	
6.7	5	اداب	
24.0	18	إدارة / تسويق	
36.0	27	اخرى (الإرشاد والصحة النفسية، الحقوق علم الاجتماع، المُختبرات الطبيّة، الفنون... الخ)	
88.0	**66**	**المجموع**	
32.0	24	مدير/ رئيس قسم	المُسمى الوظيفي
68.0	51	موظف	
100.0	**75**	**المجموع**	
3.57	الذكور	**متوسط أعداد الموظفين**	
1.81	الإناث		
5.38	**المتوسط الحسابي**		
%	**ك**		
4.2	1	مُديرية	المُستوى الإداري
20.8	5	وحدة	
25.0	6	دائرة	
29.2	7	قسم	
16.7	4	مكتب	
0	0	شعبة	
4.2	1	اخرى (فرع)	
100	**24**	**المجموع**	
0	0	مجلس الإدارة	الارتباط الإداري
91.7	22	مدير المستشفى	
8.3	2	نائب المدير	
100.0	**24**	**المجموع**	
9.3	7	مستشفى الاميرة رحمة	أعدد الموظفين في المستشفيات
1.3	1	مستشفى الاميرة بسمة	
2.7	2	مستشفى ابن النفيس	
12.0	9	المستشفى الإسلامي	
12.0	9	مستشفى الإسراء	
1.3	1	المستشفى الاستشاري	
2.7	2	مستشفى ابن الهيثم	
4.0	3	مستشفى الاستقلال	
2.7	2	المركز العربي للقلب	
1.3	1	مستشفى الحياة	
4.0	3	مستشفى الخالدي	
6.7	5	المستشفى التخصصي	
4.0	3	مستشفى الاردن	
6.7	5	مستشفى الملك المؤسس	
5.3	4	مستشفى البشير	
1.3	1	مستشفى التوتنجي	
1.3	1	قسم الكرامة للتاهيل النفسي	
1.3	1	مستشفى الرمثا الحكومي	
5.3	4	مستشفى الامير حمزة	
14.7	11	مُستشفى الجامعة الاردنية	
%100	**75**	**المجموع**	
25.3	19	حكومي	نوع المستشفى
52.0	39	خاص	
22.7	17	جامعي	
100.0	**75**	**المجموع**	

أداة جمع البيانات (Method):

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات (انظر المُلحق رقم 5).

"وتترجم المصادر العربية المُصطلح الإنجليزي (Questionnaire) إلى مفاهيم متعددة فمنهم من يترجمها إلى مُصطلح (استفتاء، أو استقصاء، أو استبيان) وأقربها إلى المدلول العربي مصطلح الاستبيان، إذ إن المُراد منه شكل الاستمارة ومضمونها التي يُعدّها الباحثون والمتخصصون لاستجواب العينة موضع الدراسة عن طريق مجموعة من الأسئلة العلمية أو العبارات أو الفقرات المتضمنة فراغات أو بدائل أو رموزاً أو صوراً أو أشكالاً يُطلب من عينة الدراسة الإجابة أو التأشير عليها أو الاختيار منها كُل حسب وضعه وظروفه وما يتوافق مع دوافعه وحاجاته ومعتقداته واهتماماته وسلوكه الشخصي" (الطائي، وأبوبكر:2007،242).

وقد تكوّن الاستبيان الذي تم إعداده لغايات جمع البيانات لهذه الدراسة من سبعة أجزاءٍ، الأول منه مُقدّمة مبسّطة توّضح موضوع الدراسة والهدف من إجرائها، يليها جُزء تعلق بأسئلة الحالة والمتغيرات الشخصية والاجتماعية لأفراد العينة، واشتمل الجُزء الثالث على سؤال تعلق بقياس مدى ممارسة العلاقات العامة لأنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) في المستشفى واشتمل الجزء الرابع على سؤال تعلق بقياس مدى مُمارسة الأنشطة الاتصالية المتنوعة في المستشفى، يليه الجزء الخامس الذي تعلق بسؤال حول أبرز الوسائل الاتصالية المُستخدمة بعمل العلاقات العامة في المستشفى، واشتمل الجُزء السادس من الاستبيان على سؤال يقيس مدى ممارسة العلاقات العامة للوظائف الإدارية، وقد تناول الجزء السابع والأخير أبرز المُشكلات والمُقترحات للجوانب الاتصالية والإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات مدار البحث.

إجراءات الصدق (Validity):

يُقصد باختبار صدق أداة جمع المعلومات هو: مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية"، ويوجد عدة أنواع للصدق منها الصدق الظاهري، وصدق المضمون، والصدق المُتعلق بالمعيار، والصدق التركيبي أو صدق المفهوم" (حسين، مرغلاني، هارون:1991 ،55).

وقد استخدمت الدراسة الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة (الاستبيان) وتحكيمه من قبل عددٍ من الأساتذة المُختصين بالإعلام والعلاقات العامة والإدارة في كُل من جامعتي اليرموك والجامعة الأردنية (*).

* أبدى كل من (الأستاذ الدكتور تحسين منصور، والأستاذ الدكتور ياسر العدوان، والدكتور أمجد القاضي)، ملاحظات قيّمة على استبيان الدراسة أسهمت بتطوير محتوياته.

اختبار الثبات (Reliability):

يُقصد باختبار الثبات "حدوث توافق أو تطابق بين النتائج التي يتوصل إليها أكثر من باحث يستخدم نفس الخطوات والمنهجية"(خشيم:2009،57)، ويعرّفه كل من حسين، وزملاؤه بأنه "التأكد من درجة الاتساق العالية لأداة الدراسة بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرّة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظاهرات أو المتغيرات"(53:1991).

تم إجراء اختبار الثبات على ما نسبته (10%) من المُستشفيات الأردنية في عمان وإربد وكانت نتيجة التوافق والثبات (95%)[**].[***].

الأساليب الإحصائية:

استخدمت الدراسة عدداً من الأساليب والاختبارات الإحصائية وفق احتياجات الدراسة وبما يُثري مُقتضياتها بالاعتماد على برنامج الـ (Statistical package for social sciences) (SPSS) البرنامج الإحصائي الأكثر شيوعاً واستخداماً في البحوث الإعلامية، لتحقيق أهداف الدراسة بالوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاستفادة منها.

وقد تم استخدام التكرارات والنسب المئوية وتم استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري وفق متطلبات أسئلة الدراسة.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

الصورة العقلية: يُعرّفها (Kelman) بأنها" التمثيل المُنظّم للمُنبه في نظام الفرد المعرفي" (الموسى:2012، 82).

الصورة العقلية: في هذه الدراسة إجرائياً هي الانطباع المدروس الذي يكوّنه الفرد عن موضوع مُعين، وما يترتب عليها من سلوكيات صادرة عنه سواءً كانت إيجابية أو سلبية .

الاتجاه: تعددت تعريفات الاتجاه حسب نوعية الموضوع وأهميته ومنها: تعريف مصطفى فهمي نقلاً عن بورنج لنجفيلد (Boring Longfeld) هو: "الحالة العقلية التي توجه استجابات الفرد"، ووفق

[**] تم إجراء اختبار الثبات لأداة الدراسة من خلال توزيع الاستبيان توزيعاً قبلياً على عدد من المُستشفيات في مُجتمع الدراسة التي تسنى الوصول إليها في عمان وإربد وعددها (8) مستشفيات هي: (مستشفى لوزميلا، مستشفى عمان الجراحي، مستشفى الأمل للتوليد، مستشفى تلاع العلي، مُستشفى عاقلة، مستشفى هبه للتوليد، ومستشفى إربد الإسلامي).

[***] تم التواصل وزيارة عدد من المُستشفيات الأخرى وأبدت اعتذارها عن تعبئة الاستبيان لضيق الوقت أو بسبب انشغال العلاقات العامة فيها في مهام العمل وهي: (مُستشفى عبد الهادي للعيون، المُستشفى الايطالي، ومستشفى راهبات الوردية إربد).

محمد حسن علّاوي نقلاً عن انستازي (Anastasi) هو" الميل للاستجابة بشكل معيّن تجاه مجموعة خاصة من المُثيرات" (يعقوب:1994،6).

المُؤسسة الصحيّة: المُستشفيات والمُستوصفات والعيادات وكل هيئة تقوم بتقديم العلاج إلى الجمهور.(وهيب،السبتي،زلزلة:1985،195) أوهي مؤسسات ذات طابع خدماتي توفر الرعاية الصحية للمواطنين هدفها إنساني، وهي عمومية مُلك للدولة أو خاصة يمتلكها خواص (مسيلي:2008،28).

المؤسسة الصحية: في هذه الدراسة إجرائياً هي المستشفيات، المراكز الصحية .

المؤسسة: "مجموعة بشرية متكونة من اختصاصيين يعملون معاً لأداء مُهمة مُشتركة " (دليلو:2003،17).

المُستشفى: هو" المؤسسة التي تحتوي على جهاز طبي مُنظّم يتمتع بتسهيلات طبية دائمة تشمُل أسرّة للنوم وخدمات طبية تتضمن خدمات الأطباء وخدمات التمريض المُستمرة لتقديم التشخيص والعلاج اللازمين للمريض" (غنيم:2006،126).

المُستشفى: في هذه الدراسة إجرائياً هو مكان طبي يتواجد به فريق يقدم الرعاية الطبية والصحية للمرضى والمراجعين من خلال التجهيزات اللازمة من مختبرات وعيادات ووحدات طبية وصحية وتمريضية وصيدلانية وخدمية وادارية.

الفصل الرابـــــع

1. عرض البيانات وتحليلها ومُناقشتها
2. مناقشة نتائج الدراسة
3. التوصيات

الفصل الرابـــع

عرض البيانات وتحليلها ومُناقشتها

يعرض الفصل الرابع من الدراسة البيانات من خلال الإجابة على أسئلة البحث ، ثم يقدّمُ مُلخصاً لأهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة، ويُختتم بأبرز التوصيات والمُقترحات.

تم تطبيق التحليلات الوصفية على جميع أجزاء الاستبيان وذلك من حيث استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وتوضيح بعض الارتباطات بين عدد من التساؤلات الرئيسية في الاستبيان وعدد من المُتغيرات الديمُغرافية ومُتغيرات تتعلق بمستشفيات العيّنة، وفيما يلي استعراض لأبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة.

أعداد الأسّرة في مُستشفى العينة:

جدول 2: أعداد الأسرّة في المُستشفى

اسم المستشفى	عدد الأسرّة
مستشفى الأميرة رحمة	112
مستشفى الأميرة بسمة	202
مستشفى ابن النفيس	103
المستشفى الإسلامي	273
مستشفى الإسراء	129
المستشفى الاستشاري	108
مستشفى ابن الهيثم	200
مستشفى الاستقلال	114
المركز العربي للقلب	141
مستشفى الحياة	110
مستشفى الخالدي	116
المستشفى التخصصي	200
مستشفى الأردن	247
مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي	501
مستشفى البشير	967
مستشفى التوتنجي	140
قسم الكرامة للتأهيل النفسي	150
مستشفى الرمثا الحكومي	110
مستشفى الأمير حمزة	433
مستشفى الجامعة الأردنية	534

تم الاعتماد في بيانات الجدول رقم (2) على إحصائية أعداد أسرّة المُستشفيات في العينة على تقرير وزارة الصحة للعام 2013 الموضح في المُلحق رقم (2)، وذلك لعدم دقة إجابات مفردات عيّنة الدراسة في الاستبيان، والذي قد يُعلل بعدم دراية بعض موظفي العلاقات العامة بهذه الأعداد أو تغيّرها من عام إلى عام وفق ما يتم استحداثه من أقسام ووحدات,

وقد بلغ مجموع أعداد الأسرّة في مستشفيات عينة الدراسة حوالي (4899) سريراً، بمتوسط حسابي (244.9) سريراً لكُل مُستشفى.

مواقع المُستشفيات:

جدول 3: موقع المستشفى

موقع المستشفى	ك	%
العاصمة عمان	59	78.7
مُحافظة إربد	16	21.3
المجموع	75	100.0

يُبيّن الجدول رقم (3) مواقع المستشفيات المشمولة في الدراسة جغرافياً وهي مستشفيات العاصمة عمان وبلغت نسبتها (78.7) من عينة الدراسة ، فيما حازت مستشفيات محافظة إربد على نسبة (21.3%) من العينة.

السؤال الأول: ما المُمارسات الاتصالية والإدارية التي تُطبّقها العلاقات العامة في المستشفيات المدنيّة الأردنية؟

أ. ما مدى مُمارسة العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية لأنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم عرض النتائج في الجداول (4-12)

جدول 4: أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلام)

نوع النشـــــــــــاط	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في الصُحف	39	52.0	27	36.0	9	12.0	2.40	.697
نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في المواقع الالكترونية	35	46.7	27	36.0	13	17.3	2.29	.749
نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في المجلات	23	30.7	36	48.0	16	21.3	2.09	.720
بث تقارير حول نشاطات وأجهزة وخدمات وعمليات المستشفى في وسائل الإعلام المرئية	15	20.0	48	64.0	12	16.0	2.04	.603
بث تقارير حول نشاطات وأجهزة وخدمات وعمليات المستشفى في وسائل الإعلام المسموعة	19	25.3	38	50.7	18	24.0	2.01	.707
الرد على ما ينشر في وسائل الإعلام عن المستشفى	32	42.7	33	44.0	10	13.3	2.29	.693
إصدار نشرات حول تعليمات وسياسات وأنظمة المُستشفى موجهة للجمهور الداخلي	40	53.3	33	44.0	2	2.7	2.51	.554
إصدار أدلّة تعريفية حول أقسام المستشفى وسياساته وتخصصاته موجهة للجمهور الخارجي	45	60.0	25	33.3	5	6.7	2.53	.622
إصدار نشرات تتضمن مواضيع صحيّة كالوقاية من الأمراض	34	45.3	36	48.0	5	6.7	2.39	.613
نشر الإعلانات الصادرة عن المُستشفى في وسائل الاعلام المُتنوعة	36	48.0	28	37.3	11	14.7	2.33	.723

يبين الجدول رقم (4) مستوى مُمارسة مُدراء وموظفي العلاقات العامة في مُستشفيات العينة لعدد من أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلام) حيثُ تم إعطاء درجة الممارسة ثلاث مستويات هي الممارسة المُرتفعة وأعطيت درجة (2.33-3.0)، والممارسة المُتوسطة وأعطيت درجة (1.67-2.32)، والممارسة الضعيفة وأعطيت درجة (1-1.66).

النشاطات مرتفعة الممارسة:

كان نشاط إصدار الأدلة التعريفية حول أقسام المستشفى وسياساته وتخصصاته الموجهة للجمهور الخارجي النشاط الأعلى مُمارسة بين مثيلاته من الأنشطة بمتوسط حسابي بلغ (2.53) وبنسبة (60%) وهذه نسبة عالية تدل على ما أولته العلاقات العامة لهذا النشاط .

تلاه نشاط إصدار نشرات حول تعليمات وسياسات وأنظمة المُستشفى موجهة للجمهور الداخلي بمتوسط حسابي (2.51) وبنسبة (53.3%) من عينة الدراسة.

أعقبه نشاط نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في الصُحف بمتوسط حسابي (2.40) وبنسبة (52%)، ثم جاء نشاط إصدار نشرات تتضمن مواضيع صحيّة كالوقاية من الأمراض، بمتوسط حسابي (2.39) وبنسبة (45.3%)، تلا هذا النشاط نشر الإعلانات الصادرة عن المُستشفى في وسائل الاعلام المُتنوعة بمتوسط حسابي (2.33) وبنسبة (48%).

النشاطات مُتوسطة المُمارسة :

حاز كل من نشاطي نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في المواقع الالكترونية، ونشاط الرد على ما يُنشر في وسائل الإعلام عن المستشفى على درجة ممارسة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذين النشاطين على (2.29) وبنسبة مئوية (36%).

ثم جاء نشاط نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في المجلات بمتوسط حسابي (2.09) وبنسبة مئوية بلغت (48%) من العيّنة، تلاه نشاط بث التقارير حول نشاطات وأجهزة وخدمات وعمليات المستشفى في وسائل الإعلام المرئية، بمُتوسط حسابي بلغ (2.04) وبنسبة (64%) من عينة الدراسة، ثم جاء نشاط بث تقارير حول نشاطات وأجهزة وخدمات وعمليات المستشفى في وسائل الإعلام المسموعة بمتوسط حسابي بلغ (2.01)، وبنسبة مئوية بلغت (50.7%)من العينة.

وتتفق النتيجة التي وصلت اليها الدراسة الحالية والمتعلقة بنشاط إصدار الأدلة التعريفية حول أقسام المستشفى وسياساته وتخصصاته الموجهة للجمهور الخارجي مع دراسة (Kirdar, YalcIn) **" دور العلاقات العامة في خلق صورة الخدمات الصحيّة- عينة استبيان رضا المرضى"** التي أشار فيها الى أن معظم عينة دراسته قد أفادت بأن الاتصال الذي يقوم به موظفو العلاقات العامة في مستشفى

جامعة (مالتيب) التركية كان كافياً ومُلبياً للتوقعات من خلال الكُتيبات التي يتم اصدارها والصحافة والإعلام المتعلقين بالحملات التثقيفية والتوعوية بالصحة العامة، وكذلك مع دراسة (Grunig) جروينج **"تعريف الجُمهور في مجال العلاقات العامة: دراسة حالة على مُستشفى الضواحي"** التي أكدت نتائجها أن أفضل طرق الاتصال في عمل العلاقات العامة تكمُن باستخدام الاتصال الوجاهي واستخدام المنشورات التعريفية للمرضى والمتعاملين مع المستشفى .

جدول 5: إصدار مجلة

إصدار مجلة	ك	%
نعم	27	36.0
لا	48	64.0
المجموع	75	100.0

يبين الجدول رقم (5) بأن نسبة الذين أجابوا بأن العلاقات العامة تُصدر مجلة باسم المستشفى قد وصلت الى ما يُقارب من ثلث العينة بنسبة مئوية (36%)، فيما كانت نسبة من أجابوا بعدم اصدار مجلة من قبل العلاقات العامة ما يقارب من ثلثي عينة الدراسة بما نسبته (64%).

جدول 6: صفحات المجلة

	ك	الوسيط	الانحراف المعياري
عدد صفحات المجلة	27	40.19	31.421

يوضح الجدول السابق الوسيط لعدد صفحات المجلة ويبلغ (40.19) صفحة.

جدول 7: أبرز المواضيع التي تنشرها المجلة

أبرز موضوعات المجلة	ك	%
طبيّة	26	37.1
اجتماعية	21	30.0
صحيّة	23	32.9
المجموع	70	100.0

*الجدول رقم (7) سُمح باختيار أكثر من تكرار.

يبين الجدول رقم (7) طبيعة الموضوعات التي تنشُرها المجلة حيثّ تركزت تلك المواضيع على الجانب الطبي بنسبة بلغت (37%)، تلتها الموضوعات الصحيّة بنسبة (32.9%)، فيما كانت المواضيع الاجتماعية بالدرجة الثالثة وبنسبة بلغت (30%) وتناولت موضوعاتها الأنشطة الاجتماعية التي يعقدها

المستشفى من مباركات وتهاني وعزاء وما إلى ذلك والتي توثق بدورها من الروابط بين فئات الجمهور الداخلي في المستشفى.

جدول 8: الموقع الكتروني

الموقع الالكتروني	ك	%
نعم	68	90.7
لا	7	9.3
المجموع	75	100.0

يبين الجدول رقم (8) مدى توفر موقع الكتروني خاص بالمستشفى حيث بلغت نسبة المستشفيات التي لديها موقع الكتروني (90.7)، أما المُستشفيات التي ليس لديها موقع الكتروني فقد شكّلت ما نسبته (9.3) وهي نسبة ضئيلة وتقدم مدلولاً إيجابياً.

جدول 9 : طبيعة المواضيع والمواد التي تُنشر على الموقع الالكتروني

المواضيع والمواد على الموقع الالكتروني	ك	%
نشر الأخبار المُتعلقة بالمُستشفى ونشاطاته وأقسامه	55	25.5
نشر تعليمات وإجراءات وسياسات المستشفى	39	18.1
تطوير المحتوى المُتعلق بالأقسام والوحدات الطبية المُتخصصة	39	18.1
نشر مواد توعوية وتثقيفية للجمهور	38	17.6
مواعيد الأطباء والعيادات	22	10.2
حجز مواعيد المرضى الكترونياً	18	8.3
غير ذلك مثل (تقارير سنوية، محاضرات وندوات، إعلانات)	5	2.3
المجموع	216	100.0

*الجدول رقم (9) سُمح باختيار أكثر من تكرار.

يبين الجدول رقم (9) طبيعة المواضيع والمواد التي تقوم العلاقات العامة في المستشفيات بوضعها على الموقع الالكتروني، حيث حصلت مواضيع النشر المُتعلقة بالأخبار الخاصة بالمستشفى ونشاطاته وأقسامه على ربع عينة الدراسة بنسبة بلغت (25.5%)، تلاها نشر تعليمات وإجراءات وسياسات المستشفى، وتطوير المُحتوى المُتعلق بالأقسام والوحدات الطبية المُتخصصة وبلغت نسبتهما (18.1%)، ثم جاءت مواضيع نشر مواد توعوية وتثقيفية للجمهور بنسبة بلغت (17.6%)، أعقبتها فئة نشر مواعيد الأطباء والعيادات بنسبة (10.2%)، وأخيراً جاءت فئة حجز مواعيد المرضى الكترونياً بنسبة (8.3%)، وجاء بعدها فئات أخرى تنوعت بين موضوعات (نشر التقارير السنوية عن عمل المستشفى، ونشر بعض المحاضرات والندوات التي تُعقد في المستشفى) وبلغت نسبتها (2.3%) .

جدول 10: الرد على الاستفسارات والملاحظات الواردة الى المُستشفى عبر البريد الالكتروني

الرد على الاستفسارات والملاحظات عبر البريد الالكتروني	ك	%
نعم	44	58.7
لا	13	17.3
لا أعرف	18	24.0
المجموع	75	100.0

يبين الجدول رقم (10) مدى قيام العلاقات العامة في المستشفى بالرد على ما يردها من استفسارات وملاحظات من الجمهور عبر البريد الالكتروني، حيث كانت نسبة موظفي ومدراء العلاقات العامة الذين أجابوا بأنهم يقومون بهذه المهمة أعلى من نصف العينة بنسبة بلغت (58.7%)، فيما كانت نسبة الذين أجابوا بأن العلاقات لا تقوم بهذه المهمة (17.3%)، وكانت نسبة من لا يعرفون عن هذا الأمر (24%).

جدول 11 : مدى توفُّر صفحة للتواصل الاجتماعي لدى العلاقات العامة في المستشفى

صفحة التواصل الاجتماعي	ك	%
نعم	56	74.7
لا	13	17.3
لا أعرف	6	8.0
المجموع	75	100.0

يبين الجدول رقم (11) مدى توفُّر صفحة للتواصل الاجتماعي مثل (Twitter/Facebook / YouTube) لدى العلاقات العامة في المستشفى حيث بينت النتائج توفّر مثل هذه الصفحات بنسبة عالية وصلت الى (74.7%) من عينة الدراسة، فيما كانت نسبة من أجابوا بأنه لا يتوفر مثل هذه الصفحة (17.3%) ومن لا يعرفون عن هذه الصفحات وصلت نسبتهم (8%) من أفراد العينة.

جدول 12: مُتابعة ما يتم نشره على الصفحة

مُتابعة ما يتم نشره على الصفحة	ك	%
نعم	56	100.0

يبين الجدول رقم (12) مدى توفُّر صفحة للتواصل الاجتماعي لدى العلاقات العامة في المستشفى حيث أفادت (56) مفردة من العينة ووفقاً للجدول الذي يسبقه بانهم يُتابعون ما يتم نشره من موضوعات على تلك الصفحات بنسبة (100%).

ب. ما مدى تطبيق العلاقات العامة في المستشفيات المدنيّة الأردنية للممارسات الاتصالية الأخرى؟

جدول 13 : الممارسات الاتصالية الأخرى

نوع النشـــــــــاط	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
عقد الندوات والمُحاضرات	55	73.3	16	21.3	4	5.3	2.68	.573
تنظيم زيارات الوفود (الرسمية، أو الطبيّة، أو المدرسية، أو الجامعية)	60	80.0	14	18.7	1	1.3	2.79	.444
تقديم خدمة الاستعلامات وخدمة الجمهور	66	88.0	8	10.7	1	1.3	2.87	.380
القيام بأعمال تسهيلات السفر للمدراء والأطباء في المُستشفى	27	36.0	32	42.7	16	21.3	2.15	.748
دراسة الشكاوى والمقترحات والمُلاحظات التي ترد حول المُستشفى	59	78.7	15	20.0	1	1.3	2.77	.452
تنفيذ الحملات الصحيّة التوعويّة الآنيّة المُرتبطة بظهور مرض مُفاجئ مثل (مرض كورونا)	46	61.3	22	29.3	7	9.3	2.52	.665
تنفيذ الحملات الصحيّة التوعويّة طويلة المدى مثل التوعية (بمرض السّكري، أو منع التدخين)	49	65.3	19	25.3	7	9.3	2.56	.663
إقامة المعارض	33	44.0	26	34.7	16	21.3	2.23	.781
تنظيم الاجتماعات واللقاءات بين الإدارة العُليا والجمهور الداخلي	36	48.0	34	45.3	5	6.7	2.41	.617
إقامة الاحتفالات بالمُناسبات المتنوعة	45	60.0	25	33.3	5	6.7	2.53	.622
تنظيم الرحلات الترفيهية للموظفين والأطباء في المُستشفى	23	30.7	23	30.7	29	38.7	1.92	.834
خدمة المُجتمع المحلي مثل (تنفيذ الأيام الطبية والصحيّة التطوعية)	47	62.7	23	30.7	5	6.7	2.56	.620
توجيه الدعوات الخاصة بالمُناسبات التي ينفذها المُستشفى	55	73.3	16	21.3	4	5.3	2.68	.573
صياغة المراسلات والخطابات الخاصة بأنشطة المُستشفى الموجهة للجمهور الخارجي	45	60.0	24	32.0	6	8.0	2.52	.644
توجيه كُتب الشُكر للجمهور الداخلي والخارجي	38	50.7	30	40.0	7	9.3	2.41	.660
كتابة التقارير الإدارية الدورية للإدارة العُليا حول القضايا التي تُهم المستشفى	36	48.0	33	44.0	6	8.0	2.40	.637

يُبين الجدول رقم (13) البيانات المتعلقة بالإجابة على السؤال الأول (ب) حول مستوى مُمارسة العلاقات العامة لمجموعة من الأنشطة الاتصالية المتنوعة وعددها (16) نشاطاً.

الأنشطة الاتصالية مُرتفعة المُمارسة:

حاز نشاط تقديم خدمة الاستعلامات وخدمة الجمهور على المرتبة الأولى بين مختلف النشاطات الاتصالية بدرجة مُمارسة هي الأعلى وبمتوسط حسابي (2.87) وبنسبة مئوية بلغت (88%) ، تلاه في المرتبة الثانية نشاط تنظيم زيارات الوفود (الرسمية، أو الطبيّة، أو المدرسية، أو الجامعية) إلى المُستشفى بمتوسط حسابي (2.79) وبنسبة مئوية بلغت (80%) من عينة الدراسة، أعقبه نشاط (دراسة الشكاوى والمُقترحات والمُلاحظات التي ترد حول المُستشفى) بمتوسط حسابي بلغ (2.77) وبنسبة مئوية بلغت (78.7%). ومن ثم تساوى كُل من نشاطي (عقد الندوات والمُحاضرات، ونشاط توجيه الدعوات الخاصة بالمُناسبات التي ينفذها المُستشفى) بدرجة ممارسة عالية بلغ متوسطهما الحسابي (2.68) وبنسبة مئوية بلغت (73%).

كما تساوى كل من نشاطي تنفيذ الحملات الصحيّة التوعويّة طويلة المدى مثل التوعية بمرض السّكري، أو منع التدخين) ونشاط خدمة المُجتمع المحلي مثل (تنفيذ الأيام الطبية والصحيّة التطوعية) في المتوسط الحسابي لدرجة ممارسة هذين النشاطين (2.56) وبنسبة مئوية للنشاط الأول بلغت (65.3%) أما نشاط خدمة المُجتمع المحلي مثل تنفيذ الأيام الطبية والصحيّة التطوعية بنسبة (62.7%) من العينة، أعقبهما نشاط إقامة الاحتفالات بالمُناسبات المُتنوعة بمتوسط حسابي (2.53) وبدرجة مُمارسة عالية وبنسبة مئوية (60%).

تلاه نشاطي (تنفيذ الحملات الصحيّة التوعويّة الآنيّة المُرتبطة بظهور مرض مُفاجئ مثل مرض كورونا، ونشاط (صياغة المراسلات والخطابات الخاصة بأنشطة المُستشفى الموجهة للجمهور الخارجي) بمتوسط حسابي (2.52) وبنسبة مئوية بلغت (60%).

أعقبهما نشاطي (توجيه كُتب الشُكر للجمهور الداخلي والخارجي ونشاط تنظيم الاجتماعات واللقاءات بين الإدارة العُليا والجمهور الداخلي) بمتوسط حسابي (2.41) وبنسبة مئوية للنشاط الأول بلغت (50.7%) ، وبنسبة مئوية للنشاط الثاني بلغت (48%) ، ثم جاء نشاط (كتابة التقارير الإدارية الدورية للإدارة العُليا حول القضايا التي تُهم المستشفى، بمتوسط حسابي (2.40) وبنسبة مئوية بلغت (48%).

النشاطات الاتصالية مُتوسطة الممارسة:

كان نشاط (إقامة المعارض) الأعلى في المُمارسات الاتصالية المتوسطة بمتوسط حسابي (2.23) وبنسبة مئوية (34.7%)، تبعه نشاط (القيام بأعمال تسهيلات السفر للمُدراء والأطباء في المُستشفى) بمتوسط حسابي (2.15) وبنسبة مئوية (42.7%)، تلاه نشاط (تنظيم الرحلات الترفيهية للموظفين والأطباء في المُستشفى) بمتوسط حسابي (1.92) وبنسبة مئوية بلغت (30.7%).

وتتفق نتيجة هامة من النتائج المتعلقة بالممارسات الاتصالية السابقة وهي (مُمارسة العلاقات العامة للحملات الصحيّة التوعويّة طويلة المدى) مع نتائج دراسة (Kirdar) كردار حول **" دور العلاقات العامة في خلق صورة الخدمات الصحية- عينة استبيان رضا المرضى"** التي أشارت نتائجها إلى ما يُقدمه موظفو العلاقات العامة في مستشفى جامعة مالتيب التركية من جهود أثناء عملية الاتصال عبر الحملات التوعوية بمفاهيم الصحة العامة مما أثمر رضى لدى مُتلقي الخدمة في المستشفى.

وكذلك تتفق نتيجة الدراسة الحالية المتعلقة بالممارسة الاتصالية (خدمة المُجتمع المحلي مثل تنفيذ الأيام الطبية والصحيّة التطوعية) مع ما تمخضت عنه نتائج دراسة (King ,Brent) كينج **(العلاقات العامة، جمع التبرعات والتسويق في المستشفيات الكندية)** بأن نتائج الاستبيان الذي أجري على المستشفيات الكندية بان المستشفيات لديها موظفي علاقات عامة للقيام بالأعمال التطوعية وجمع التبرعات مما يشير إلى أهمية هذا النشاط في الممارسات الاتصالية للعلاقات العامة.

ج. ما مدى تطبيق العلاقات العامة في المستشفيات المدنيّة الأردنية للمُمارسات الإدارية المتمثلة في (التخطيط، البحث، والتقويم)؟

جدول 14: الوظائف الإدارية للعلاقات العامة

نوع النشـــــــــــــاط الذي تقوم به العلاقات العامة	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
تقوم بالتخطيط لبرامجها وأنشطتها في المستشفى	46	61.3	26	34.7	3	4.0	2.57	.574
الخطط الإدارية التي تضعها ترتبط ببرنامج زمني مُحدد	40	53.3	27	36.0	8	10.7	2.43	.681
تستعين عند وضع خططها وبرامجها وأنشطتها بالمُختصين	26	34.7	37	49.3	12	16.0	2.19	.692
تجري البحوث والدراسات على جمهورها الداخلي دورياً	25	33.3	32	42.7	18	24.0	2.09	.756
تجري البحوث والدراسات على جمهورها الخارجي دورياً	20	26.7	34	45.3	21	28.0	1.99	.744
تتولى مُتابعة الشكاوى التي ترد من العاملين مع الإدارة	53	70.7	18	24.0	4	5.3	2.65	.581
تهدف من إجراء البحوث إلى التعرف على أبرز المُشكلات التي تواجه جمهورها الخارجي	37	49.3	34	45.3	4	5.3	2.44	.598
تعمل على توفير البيانات والمعلومات المُتعلقة بالمستشفى للباحثين وطالبي المعلومات	48	64.0	24	32.0	3	4.0	2.60	.569
تعمد الى تقويم نشاطاتها وبرامجها دورياً	44	58.7	22	29.3	9	12.0	2.47	.704
تعمد في تقويم نشاطاتها على تحليل الشكاوى والمقترحات والملاحظات الواردة من الجمهور	46	61.3	23	30.7	6	8.0	2.53	.644

يُجيب الجدول رقم (14) على السؤال الأول (ج) ويتعلق بمستوى مُمارسة مجموعة من الأنشطة الاتصالية الأخرى التي بلغ عددها (16) نشاطاً اتصالياً.

الأنشطة الاتصالية مُرتفعة المُمارسة:

يبين الجدول رقم (14) مستوى مُمارسة العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية للوظائف الإدارية المُتمثلة بـ (التخطيط، والبحث، والتقويم) من خلال الإجابة على (10) تتعلق بالوظائف الإدارية التي تمارسها العلاقات العامة.

الوظائف الإدارية عالية المُمارسة كانت وفق الترتيب التالي:

حازت وظيفة التقويم والتي تمثلت بنشاط (تولي العلاقات العامة مُتابعة الشكاوى التي ترد من العاملين مع الإدارة) على المرتبة الأولى بين الوظائف الإدارية وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.65) وبنسبة مئوية وصلت إلى (70.7%)، تلتها بالمرتبة الثانية وظيفة البحث التي تمثلت بنشاط (توفير البيانات والمعلومات المُتعلقة بالمستشفى للباحثين وطالبي المعلومات) بمتوسط حسابي (2.60) وبنسبة مئوية بلغت (64%)، ومن ثم جاءت بالمرتبة الثالثة وظيفة التخطيط التي تمثلت بنشاط (التخطيط لبرامج العلاقات العامة وأنشطتها في المستشفى) وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.57) وبنسبة مئوية (61.3%).

كما جاءت وظيفة التقويم مرّة أخرى من خلال نشاط (اعتماد العلاقات العامة في تقييم نشاطاتها على تحليل الشكاوى والمُقترحات والملاحظات الواردة من الجمهور) بدرجة ممارسة عالية وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.53) وبنسبة مئوية وصلت إلى (61%)، أيضاً برزت وظيفة التقويم مرة أخرى بدرجة ممارسة عالية من خلال عبارة (تعمد العلاقات العامة إلى تقييم نشاطاتها وبرامِجها دورياً) بمتوسط حسابي بلغ (2.47) وبنسبة مئوية بلغت (58.7%) .

تلا ذلك وظيفة البحث التي مثلها نشاط (تهدف العلاقات العامة من إجراء البحوث إلى التعرف على أبرز المُشكلات التي تواجه جمهورها الخارجي) وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.44) وبنسبة مئوية وصلت إلى (49.3%)، أعقبتها وظيفة التخطيط والتي تمثلت بنشاط (الخطط الإدارية التي تضعها العلاقات العامة ترتبط ببرنامج زمني مُحدد حيث حازت على متوسط حسابي بلغ (2.43) وبنسبة مئوية (53.3%) .

نُلاحظ أن درجات ممارسة وظائف العلاقات العامة الإدارية قد بدأت بالتقويم ثم وظيفة البحث ثم التخطيط وكانت الوظيفة الأعلى والأكثر تكراراً هي التقويم وقد نجد نوعاً من الاتفاق بين هذه النتائج وما تمخضت عنه دراسة (Tomic Zoran) توميك زوران وزملاؤه حول **"العلاقات العامة في الرعاية الصحيّة"** إذ أكدوا على ضرورة أن يقوم موظفو العلاقات العامة في المؤسسات الصحيّة بتعزيز النظام الصحي وتحسينه من خلال مساهمتهم في الاتصال الفاعل مع الجمهور من خلال وظيفة التخطيط وتقديم الأساليب الاستباقية في العمل والاتصال لدرء المشكلات التي تواجه المستشفى.

الوظائف الإدارية متوسطة الممارسة كانت وفق الترتيب التالي:

حازت وظيفة التخطيط التي مثلها نشاط (تستعين العلاقات العامة عند وضع خططها وبرامجها وأنشطتها بالمُختصين) على درجة ممارسة متوسطة وذلك بمتوسط حسابي (2.19) وبنسبة (49.3) ، تلا هذه الوظيفة وظيفة البحث من خلال عبارة (تُجري العلاقات العامة البحوث والدراسات على جمهورها الداخلي دورياً) بمتوسط حسابي (2.9) وبنسبة مئوية وصلت إلى (42.7%) ،حيث كانت ممارسة وظيفة البحث الدوري على الجمهور الداخلي في المُستشفى ممارسة متوسطة ، فيما كانت وظيفة (إجراء العلاقات العامة للبحوث والدراسات على جمهورها الخارجي دورياً) بأدنى مرتبة في درجة الممارسة المتوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (1.99) ، وبنسبة مئوية (45.35%) .

نلاحظ بأن أضعف الممارسات الادارية كانت وظيفة البحث سواء على الجمهور الداخلي او الخارجي وهي وظيفة مهمة تستدعي التفعيل كما الحاجة ايضاً الى استشارة خبراء ومختصين بهدف تفعيل وظيفة التخطيط.

السؤال الثاني: ما أبرز الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها في المستشفيات المدنية الأردنية ؟

جدول 15: الوسائل الاتصالية

الوسائل الاتصالية	ك	%
الصحف المحلية	61	81.3
الصحف الأجنبية	13	17.3
الصحف المتخصصة	31	41.3
مجلة المستشفى	40	53.3
الموقع الالكتروني للمستشفى	52	69.3
النشرات والتقارير الدورية	36	48.0
التلفزيون	33	44.0
الإذاعة	29	38.7
شاشات العرض الداخلية في المستشفى	39	52.0
المعارض	40	53.3
المؤتمرات والندوات والمحاضرات	52	69.3
الاجتماعات والحفلات	39	52.0
صناديق الشكاوى والمقترحات	63	84.0
البريد الالكتروني للمستشفى	49	65.3
اللوحات الارشادية	49	65.3
شبكات التواصل الاجتماعي	40	53.3
أخرى (الإذاعة الداخلية)	14	18.7
المجموع	680	906.7

*الجدول رقم (15) سُمح باختيار أكثر من تكرار.

توضح بيانات الجدول رقم (15) أبرز الوسائل الاتصالية التي تُستخدم في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات حيثّ حازت وسيلة (صناديق الشكاوى والمقترحات) بالمرتبة الأولى بين جميع الوسائل الاتصالية وكانت الأعلى استخداماً من قبل العلاقات العامة في المستشفيات وذلك بنسبة (84%).

وحلت في المرتبة الثانية (الصحف المحلية) بنسبة (81.3%)، ومن ثم جاءت في المرتبة الثالثة (المؤتمرات والندوات والمحاضرات) بنسبة (69.3%)، تلاها في المرتبة الرابعة كل من وسيلتي (البريد الالكتروني للمُستشفى، واللوحات الإرشادية) بنسبة (65.3%)، أعقبها كل من وسائل (مجلة المستشفى، والمعارض، وشبكات التواصل الاجتماعي) بنسبة (53.3%)، ثم جاءت كل من وسيلتي (شاشات العرض الداخلية في المستشفى، والاجتماعات والحفلات) بنسبة (52%)، أما وسيلة (النشرات والتقارير الدورية) فقد حصلت على نسبة (48%)، تلاها وسيلة التلفزيون بنسبة (44%)، ثم جاءت الصُحف المتخصصة بنسبة (41.3%)، أما الإذاعة فبلغت نسبة استخدامها (38.7%) ، وحصلت الوسائل الأخرى والتي لم يتم تحديدها بشكل مُفصل باستثناء (الإذاعة الداخلية في المستشفى) أو أجهزة النداء الآلي الداخلية التي تبُث العديد من الرسائل للجمهور تتعلق بانتهاء مواعيد الزيارة أو بعض التعليمات والإرشادات للمراجعين والمرضى ومنع التدخين، والالتزام بتعليمات النظافة والمُحافظة على مُمتلكات المُستشفى وحُسن استخدامها على نسبة بلغت (18.7%) ، فيما رُتبّت وسيلة الصحف الأجنبية بأدنى مرتبة وحصلت على نسبة (17.3%)، وهذا يدّل على ضعف استخدام هذه الوسيلة في المُستشفيات.

السؤال الثالث: ما الأشكال الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في عملها في المستشفيات المدنية الأردنية ؟

جدول 16: الأشكال الاتصالية والإعلامية

الشكل الاتصالي	ك	%
الاتصال الهابط	13	17.3
الاتصال العام	1	1.3
الاتصال غير المتناسق بالاتجاهين	18	24.0
الاتصال المتوازن بالاتجاهين	43	57.3
المجموع	75	100.0

يبين الجدول رقم (16) أبرز الأشكال الاتصالية التي تطبقها العلاقات العامة في عملها في المستشفى حيث حصل نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين على أكثر من نصف العينة بنسبة بلغت (57.3%) وهي النسبة الأعلى مما يدل على ما وصلت إليه العلاقات العامة في المستشفيات من وعي

بأهمية هذا الشكل الاتصالي، الذي يُعدّ الشكل النموذجي للاتصال المؤسسي في عمل العلاقات العامة المثالية.

فيما جاء الاتصال غير المتناسق بالاتجاهين بالدرجة الثانية استخداماً بنسبة (24%) وهذا الشكل الاتصالي يسعى بالدرجة الأولى لخدمة أهداف المنظمة ومصالحها مُغفلاً متطلبات الجماهير ولهذا يوصف بأنه غير متوازن.

تلاه الاتصال الهابط بنسبة (17.3%) وهذا الشكل الاتصالي يعدّ مؤشراً غير مُرض لأنه اتصال تنساب فيه المعلومات باتجاه رأسي من الإدارة العليا إلى الكوادر العاملة داخلياً، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية، بهدف توصيل رسائل الإدارة للجمهور متجاهلاً ردود أفعال تلك الجماهير.

فيما حصل الاتصال العام على المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (1.3%) وهذا الشكل الاتصالي مُلتزم بتقديم الصورة الحقيقية والكاملة عن المؤسسة بهدف النشر والإعلام فقط وهو شكل تقليدي أيضاً يُغفل الجمهور ومُتطلباته واحتياجاته.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Kirdar,YalcIn) كيردار (**دور العلاقات العامة في خلق صورة الخدمات الصحية- عينة استبيان رضا المرضى**) في أن الاتصال ثنائي الاتجاه بين المُستشفى والمجتمع يعمل على خلق صورة ذهنية قوية للمُستشفى عند الجمهور.

توضح الدراسة الحالية بأن الاتصال أحادي الاتجاه والذي يُعبر عنه الاتصال الهابط الذي جاء في المرتبة الثالثة، من حيث استخدامه من قبل العلاقات العامة في المستشفيات في العينة، وهذه النتيجة إيجابية إذا ما تمت مُقارنتها بنتائج دراسة السريع "**الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المُستشفيات الحكومية والخاصة**" والتي بيّنت أن الدور الغالب تطبيقه في عمل العلاقات العامة في المستشفيات السعودية الحكومية والخاصة هو دور النشر.

ودراسة (Tomic , Zoran) "**العلاقات العامة في الرعاية الصحيّة**" التي تشير أهم توصياتها إلى ضرورة أن يكون شكل الاتصال ثنائياً في عمل العلاقات العامة في المستشفيات لتلبية مصالح المرضى والمستشفى.

كما أشارت دراسة (Kirdar, YalcIn) " **دور العلاقات العامة في خلق صورة الخدمات الصحيّة- عينة استبيان رضا المرضى**"، الى أهمية الاتصال المتوازن باتجاهين في عمل العلاقات العامة الاتصالي في مستشفى جامعة مالتيب التركية عينة الدراسة الذي كان كافياً ومُلبياً لتطلعات الجمهور من خلال الكتيّبات والصحافة والإعلام والحملات التثقيفية والتوعوية بالصحة العامة في المستشفى.

وهذا أيضاً ما أكدته نتائج دراسة (Gordon,Chandra) "**خُبراء العلاقات العامة وفاعليتهم التنظيمية في المُستشفيات الأمريكية**" بأن براعة إجراء الاتصال المتوازن بالاتجاهين من قبل فنيي العلاقات العامة هو الأسلوب الأمثل في حل المُشكلات التي تواجهها المستشفيات الأمريكية.

مما يؤكد ضرورة وأهمية استخدام هذا الشكل الاتصالي الذي يعدّ الانسب والمثالي في عمل العلاقات العامة في المستشفيات وحقل الرعاية الصحيّة.

السؤال الرابع : ما أبرز الصعوبات والمشاكل التي تواجهها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية في ممارساتها الاتصالية ؟

لقد أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالسؤال التاسع والمتعلق بأبرز المشاكل الاتصالية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية ما يلي:

1- عدم وجود (مجلة دورية) لبعض المستشفيات وعدم وجود موقع الإلكتروني أو صفحة للتواصل الاجتماعي حيث أشارت النتائج المتعلقة بهذه المحاور الى أن (64%) من مستشفيات العينة لا تمتلك مجلة، وأن ما يقارب من (10%) ليس لديها موقع الكتروني، وأن (17.3%) ليس لديها صفحة للتواصل الاجتماعي.

2- عدم مُتابعة موظفي العلاقات العامة للرسائل الالكترونية الواردة عبر البريد الالكتروني للمستشفى بشكل دوري وهذا ما أشارت إليه نتيجة الدراسة بأن (17.3%) من موظفي العلاقات العامة لا يقومون بهذه المُهمة.

3- عدم ايلاء إدارة المستشفى الاهتمام الكافي لما يرد للعلاقات العامة من شكاوى ومقترحات في بعض المستشفيات وعدم التفاعل معها أو تعديل سياساتها وقراراتها وفق ما يلبي احتياجات الجمهور وملاحظاته ، وقد أبرزت نتائج النشاط الاتصالي المتعلق بهذا الأمر نسبة مئوية ضئيلة بلغت (1.3%) لا تطبق فيها العلاقات العامة مسالة دراسة الشكاوى والمقترحات والملاحظات الواردة لها من الجمهور، بينما تدرس العلاقات العامة الشكاوى أحيانا بنسبة (20%) .

4- ضعف التنسيق من قبل الدوائر المتنوعة في المستشفى مع العلاقات العامة في مجال عقد بعض النشاطات الاتصالية مثل (الندوات والاحتفالات) فقد أثبتت الدراسة بأن نشاط عقد الندوات والمحاضرات لم يطبق بنسبة مئوية بلغت (5.3%) بينما طبق أحيانا بنسبة (21.3%)، بينما لم يطبق نشاط إقامة الاحتفالات بنسبة مئوية بلغت (6.7%)، وطبق أحيانا بنسبة (33.3%).

5- المركزية التي تعاني منها العلاقات العامة في مستشفيات وزارة الصحة من حيث عدم وجود صلاحيات لتفعيل الأنشطة الإعلامية والاعتماد في ذلك على الناطق الإعلامي في الوزارة، إذ أثبتت نتائج الدراسة الحالية وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ممارسة الأنشطة الإعلامية بين المستشفيات الحكومية من جهة وكل من المستشفيات الخاصة والجامعية من جهة أخرى، لصالح الأخيرتين.

السؤال الخامس : ما أبرز الصعوبات والمشاكل التي تواجهها أقسام العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية في ممارساتها الإدارية ؟

لقد أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بأبرز المشاكل الإدارية التي تعاني منها العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية ما يلي:

1- ضعف المستوى الإداري للعلاقات العامة على الهيكل التنظيمي في بعض مستشفيات العينة إذ بينت نتائج الدراسة، بأن مستوى قسم علاقات عامة حاز على النسبة الأعلى والتي بلغت (29.2%)، فيما حصل المستوى الإداري (مديرية علاقات عامة) على نسبة (4.2%) وهي نسبة ضئيلة علماً انه المستوى الأعلى إدارياً والذي يطمح ممارسو العلاقات العامة إلى تفعيله في المستشفيات.

2- تقاطع عمل العلاقات العامة مع دوائر إدارية أخرى مثل: (الموارد البشرية، التسويق، خدمات المرضى) .

3- نقص الكوادر البشرية المتخصصة والمؤهلة التي تعمل في العلاقات العامة، إذ بينت نتائج الدراسة المتعلقة بالتخصص العلمي للقائمين على العلاقات العامة، أن من يحملون تخصصات علمية متنوعة لا تمت للعلاقات العامة والإعلام بصلة حصلوا على النسبة الأعلى بين جميع التخصصات وهي (36%) .

4- ضعف عملية التخطيط لبرامج العلاقات العامة المرتبطة بجدول زمني محدد، إذ بينت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في المستشفيات لا تقوم بالتخطيط لبرامجها بنسبة (4%)، بينما تقوم بهذه المهمة أحياناً بنسبة (34.7%)، ولا تقوم بربط تخطيطها بجدول زمني بنسبة (10.7%) وتقوم أحياناً بذلك بنسبة (36%).

السؤال السادس: ما أبرز المقترحات لتطوير الممارسات الاتصالية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية؟

قدّم مديرو وممارسو العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية عدداً من المُقترحات والحلول في مجال المُشكلات الاتصالية التي تواجههم كان من أبرزها:

1- ضرورة إيجاد بنك للمعلومات داخل المستشفى ليُسهل على العلاقات العامة عملية الحصول على المعلومات وتقديمها لطالبيها واسترجاع القديمة منها وتحديثها.

2- تفعيل استخدام التكنولوجيا الحديثة في عمل العلاقات العامة عن طريق وسائل الإنترنت والبريد الإلكتروني ووسائل الاتصال المسموعة والمرئية.

3- تفعيل الاتصال ما بين الإدارة والجمهور الداخلي من خلال تفعيل الاحتفالات والبرامج الترفيهية بهدف تلبية مطالب واحتياجات الجمهور الداخلي .

4- أهمية توفير ناطق إعلامي في المُستشفيات.

السؤال السابع : ما أبرز المقترحات لتطوير الممارسات الإدارية في عمل العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية ؟

قدم مديرو وممارسو العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية عدداً من المُقترحات والحلول في مجال المُشكلات الإدارية التي تواجههم كان من أبرزها:

1- تفعيل الاجتماعات الدورية بين الإدارة العليا والجمهور الداخلي.

2- عقد اجتماعات ولقاءات بين الإدارة العليا ودوائر وأقسام المستشفى وتحديد مهام كل دائرة وقسم بشكل يمنع التداخل في العمل مع العلاقات العامة ويجعل عمل كل دائرة مكملاً للآخر لا متقاطعاً معه.

3- تفعيل وظيفة التخطيط المرتبط بجدول زمني في عمل العلاقات العامة في المستشفيات.

4- أن تكون كوادر العلاقات العامة في المستشفيات من ذوي الاختصاص والكفاءة .

الأنشطة الاتصالية والإعلامية والإدارية وعلاقتها بسنوات الخبرة، والمستوى التعليمي والدخل:

السؤال الثامن: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية تُعزى لمُتغير سنوات الخبرة، والمُستوى التعليمي والدخل؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم عرض النتائج في الجداول من (17–22) حيث سيتم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والإدارية تبعاً لمتغيرات سنوات الخبرة، والمُستوى التعليمي والدخل، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الأحادي وفيما يلي الجداول التي توضح ذلك.

أولاً سنوات الخبرة:

جدول 17: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثر سنوات الخبرة على مستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والانشطة الاتصالية الأخرى والانشطة الإدارية

الأنشطة	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	10فأقل	29	2.40	.400	1.894	.158
	11- 20	31	2.26	.437		
	21سنة فأكثر	15	2.14	.458		
	المجموع	75	2.29	.433		
الأنشطة الاتصالية الأخرى	10فأقل	29	2.53	.321	3.079	.052
	11- 20	31	2.57	.382		
	21 سنة فأكثر	15	2.30	.400		
	المجموع	75	2.50	.373		
الأنشطة الإدارية	10فأقل	29	2.46	.392	3.471	.036
	11- 20	31	2.46	.406		
	21سنة فأكثر	15	2.14	.500		
	المجموع	75	2.40	.435		

يبين الجدول رقم (17):

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) تعزى لسنوات الخبرة في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) تعزى لسنوات الخبرة في ممارسة الأنشطة الاتصالية الأخرى.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) تعزى لسنوات الخبرة في ممارسة الأنشطة الإدارية، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المُقارنات البعدية بطريقة شافيه كما هو مبين في الجدول التالي.

جدول 18: المُقارنات البعدية بطريقة شافيه لأثر سنوات الخبرة على الأنشطة الإدارية

النشاط	سنوات الخبرة	المتوسط الحسابي	10 سنوات فأقل	11 -20	21 سنة فأكثر
الأنشطة الإدارية	10فأقل	2.46			
	11 -20	2.46	-.01		
	21سنة فأكثر	2.14	.32	.32(*)	

* دالة عند مستوى الدلالة (α = 0.05).

يبين الجدول رقم (18) وجود فروق ذات دلالة إحصائية (α = 0.05) بين فئة سنوات الخبرة (11-20) سنة و (21 سنة فأكثر) وجاءت الفروق لصالح فئة الخبرة (11-20) سنة في الأنشطة الإدارية، مما يدل على أن لسنوات الخبرة دورها في التأثير على أنشطة العلاقات العامة الادارية.

ثانياً المستوى التعليمي:

جدول 19: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثر المؤهل العلمي على مستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والانشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الادارية

النشاط	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	دون الجامعي	22	2.18	.407	.961	.387
	بكالوريوس	37	2.33	.474		
	أعلى من بكالوريوس	16	2.34	.359		
	المجموع	75	2.29	.433		
الأنشطة الاتصالية الأخرى	دون الجامعي	22	2.37	.345	5.089	.009
	بكالوريوس	37	2.48	.386		
	اعلى من بكالوريوس	16	2.73	.278		
	المجموع	75	2.50	.373		
الأنشطة الإدارية	دون الجامعي	22	2.27	.486	2.322	.105
	بكالوريوس	37	2.39	.414		
	اعلى من بكالوريوس	16	2.58	.366		
	المجموع	75	2.40	.435		

يبين الجدول رقم (19):

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) تُعزى للمؤهل العلمي في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) تُعزى للمؤهل العلمي في ممارسة الأنشطة الاتصالية الأخرى، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شافيه كما هو مبين في الجدول رقم (20).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى للمؤهل العلمي في ممارسة الأنشطة الإدارية.

جدول 20: المُقارنات البعدية بطريقة شافية لأثر المؤهل العلمي على الأنشطة الاتصالية الأخرى

النشاط	الفئة	المتوسط الحسابي	دون الجامعي	بكالوريوس	أعلى من بكالوريوس
الأنشطة الاتصالية الأخرى	دون الجامعي	2.37			
	بكالوريوس	2.48	-.11		
	أعلى من بكالوريوس	2.73	-.37(*)	-.26	

* دالة عند مستوى الدلالة (α = 0.05).

يبين الجدول رقم (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية (α = 0.05) بين فئات المؤهل دون الجامعي وأعلى من بكالوريوس وجاءت الفروق لصالح أعلى من بكالوريوس في الأنشطة الاتصالية الأخرى مما يدل على أن للمستوى العلمي (أعلى من بكالوريوس) دوره وانعكاسه على قيام مدراء وكوادر العلاقات العامة بالممارسات الاتصالية .

ثالثا : الدخل

جدول 21: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثرالدخل على مستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والانشطة الادارية

النشاط	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	500 فأقل	45	2.28	.425	.079	.779
	أكثر من 500	30	2.31	.450		
	Total	75	2.29	.433		
الأنشطة الاتصالية الأخرى	500 فأقل	45	2.44	.353	3.407	.069
	أكثر من 500	30	2.60	.387		
	المجموع	75	2.50	.373		
الأنشطة الإدارية	500 فأقل	45	2.37	.418	.365	.547
	أكثر من 500	30	2.43	.464		
	المجموع	75	2.40	.435		

بينت نتائج الجدول رقم (21) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لمستوى الدخل في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)، والأنشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية.

رابعاً : الدخل وعلاقته بالخبرة

جدول 22: العلاقة ما بين الدخل وعدد سنوات العمل (الخبرة)

عدد سنوات العمل		
معامل ارتباط بيرسون	.387 **	**الدخل**
الدلالة الاحصائية	.001	
العدد	75	

يبين الجدول رقم (22) وجود علاقة إحصائية دالة بين عدد سنوات العمل والدخل حيث من الطبيعي أن يرتفع الدخل مع ارتفاع سنوات الخبرة، حيث بلغ معامل الارتباط (387.) وبدلالة إحصائية (.001) .

الأنشطة الاتصالية والإعلامية والإدارية وعلاقتها بنوع المُستشفى وموقعه الجغرافي:

السؤال التاسع : هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية (α = 0.05) في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية تُعزى لنوع المستشفى؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم عرض النتائج في الجدولين رقم (23-24) حيث سيتم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية تبعاً لمتغير نوع المستشفى وفيما يلي الجداول التي توضح ذلك.

جدول 23: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي لأثر نوع المستشفى على مستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والانشطة الاتصالية الأخرى والانشطة الإدارية

النشاط	الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	حكومي	19	1.91	.465	13.389	.000
	خاص	39	2.42	.372		
	جامعي	17	2.41	.245		
	المجموع	75	2.29	.433		
الأنشطة الاتصالية الأخرى	حكومي	19	2.35	.476	2.803	.067
	خاص	39	2.58	.347		
	جامعي	17	2.48	.237		
	المجموع	75	2.50	.373		
الأنشطة الادارية	حكومي	19	2.19	.480	2.867	.063
	خاص	39	2.46	.448		
	جامعي	17	2.47	.273		
	المجموع	75	2.40	.435		

يبين الجدول رقم (23) ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تُعزى لنوع المستشفى في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شافيه كما هو مبين في الجدول (24).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لنوع المُستشفى في ممارسة الأنشطة الاتصالية الأخرى.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لنوع المُستشفى في ممارسة الأنشطة الإدارية.

جدول 24: المقارنات البعدية بطريقة شافية لأثر نوع المستشفى على أنشطة الاتصال الجماهيري (الاعلامية)

النشاط	نوع المُستشفى	المتوسط الحسابي	حكومي	خاص	جامعي
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	حكومي	1.91			
	خاص	2.42	-.52(*)		
	جامعي	2.41	-.51(*)	.01	

* دالة عند مستوى الدلالة (α = 0.05).

يبين الجدول رقم (24) وجود فروق ذات دلالة إحصائية (α = 0.05) بين المستشفيات الحكومية من جهة وكل من المستشفيات الخاصة والجامعية من جهة أخرى وجاءت الفروق لصالح كل من المستشفيات الخاصة والجامعية في أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) حيث يمكن أن يعزى ذلك الى أن هذا النوع من المُستشفيات لديه مساحة أكبر للتواصل مع وسائل الإعلام وتفعيل علاقته بها بحكم سعي القطاع الخاص والمستشفيات الجامعية للترويج لخدماتها واستقطاب المرضى.

السؤال العاشر: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية (α = 0.05) في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والأنشطة الاتصالية الأخرى والأنشطة الإدارية تُعزى الى موقع المستشفى؟

للإجابة عن هذا السؤال سيتم عرض النتائج في الجدول رقم (25) حيث سيتم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مُمارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) والاتصالية الأخرى والإدارية حسب مُتغير موقع المُستشفى، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول 25: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر موقع المستشفى على مستوى ممارسة الأنشطة الاتصالية والإعلامية والإدارية

النشاط	الموقع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)	العاصمة عمان	59	2.40	.391	4.667	73	.000
	إربد	16	1.89	.345			
الأنشطة الاتصالية الأخرى	العاصمة عمان	59	2.55	.346	2.178	73	.033
	اربد	16	2.32	.427			
الأنشطة الإدارية	العاصمة عمان	59	2.43	.401	1.461	73	.148
	إربد	16	2.26	.533			

يُبين الجدول رقم (25):

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لموقع المستشفى وجاءت الفروق لصالح العاصمة عمان في ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لموقع المستشفى وجاءت الفروق لصالح العاصمة عمان في ممارسة الأنشطة الاتصالية الأخرى.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) تعزى لموقع المستشفى في ممارسة الأنشطة الادارية.

مناقشة نتائج الدراسة:

- **الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة في المُستشفيات:**

1- بلغت نسبة العاملين في العلاقات العامة من الذكور ضعف العينة وشكّلت (62.7%) متفوقين على الإناث اللواتي تواضعت مشاركتهن في هذا القطاع والتي تستدعي التفعيل.

2- طغت الفئة العُمرية الشبابية على العاملين في العلاقات العامة في المُستشفيات الأردنية من سن (31-50) عاماً حيث شكّلت ثلثي العيّنة بنسبة (62.7%).

3- بينت النتائج بأن نصف عينة الدراسة يتقاضون دخلاً شهرياً يتراوح بين (300- 500) دينار بنسبة (52%)، أما ربع العينة فيتقاضون دخلاً شهرياً (فوق 600 دينار) ولا يوجد أي فروق ذات دلالة إحصائية في الممارسات الاتصالية أو الإعلامية أو الإدارية تعود إلى متغير الدخل.

4- لم تثبت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى لمستوى الدخل في أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) أو الاتصالية الأخرى أو الإدارية.

5- بينت النتائج بأن مُدراء وموظفو العلاقات العامة لديهم من الخبرة الوظيفية الجيدة والتي تتراوح من (11-20) سنة وشكلت نسبة (41%) في العينة.

6- حاز حملة الشهادة الجامعية الأولى (درجة البكالوريوس) على النسبة الأعلى بين فئات العاملين في العلاقات العامة في المستشفيات بما يقارب من نصف عينة الدراسة بنسبة (49.3%) .

7- بينت نتائج الدراسة بأن التخصصات العلمية للعاملين في حقل العلاقات العامة ممن لاتمُتُ تخصصاتهم العلمية للعلاقات العامة بصلة على النسبة الأعلى (36%) وتنوعت بين (الإرشاد والصحة النفسية، والحقوق، والمُختبرات الطبيّة، والطب، والسجلات الطبية، والتربية، وعلم الاجتماع، والسياحة، والحاسوب، والفنون، والتصميم الداخلي، والاقتصاد)، فيما حصل العاملون المتخصصون في العلاقات العامة في المستشفيات على نسبة متواضعة بلغت (17.3%) من عينة الدراسة وهي نتيجة غير مُرضية تدل على ان العاملين في العلاقات العامة يُمارسون عملهم من واقع الخبرة وليس على أسس علمية.

- **المستوى الإداري والتنظيمي العلاقات العامة في المُستشفيات:**

1- بينت النتائج تواضع المُستوى التنظيمي للعلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية، حيث كان مسمى (قسم) علاقات عامة هو الأعلى بين المستويات الإدارية بنسبة (29.2%) ، مما يدُل على عدم إعطاء هذه الوظيفة حقها على المستوى التنظيمي.

2- أظهرت نتائج الدراسة أن التبعيّة الإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية الأعلى هي لمدير المستشفى مُباشرة بنسبة (91.7%) وهذا مؤشر إيجابي يُمكّنها من تناول صلاحياتها بشكل مُباشر من رأس الهرم.

- **أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية):**

1- حاز نشاط إصدار الأدلة التعريفية حول أقسام المُستشفى وسياساته وتخصُصاته الموجهة للجمهور الخارجي على أعلى درجة مُمارسة بمتوسط حسابي (2.53) وبنسبة مئوية بلغت (60%) وهي نسبة عالية تدُلُ على ما أولته العلاقات العامة لهذا النشاط الإعلامي من اهتمام .

2- سجلت نتائج الدراسة أدنى متوسط حسابي لنشاط بث التقارير في وسائل الإعلام المسموعة وهو من (الممارسات المتوسطة) وبلغ (2.01) مما قدّم مؤشراً سلبياً في هذه النتائج ويحتاج من العلاقات العامة أن تُضاعف جهودها في هذا المجال .

3- بلغت نسبة نشاط إصدار مجلة من قبل العلاقات العامة في المستشفيات (36%) وكان ابرز موضوعاتها الطبية بنسبة (37.1%) وهي بحاجة إلى التطوير على مستوى المحتوى والشكل.

4- تمتلك مُعظم مُستشفيات العينة موقعاً الكترونياً بنسبة (90.7%) يُتابع من قبل العلاقات العامة، التي تنشر عبره أخبار المستشفى ونشاطاته المختلفة بنسبة (25.5%) وهي النسبة الأعلى في المواضيع المنشورة.

5- تتولى العلاقات العامة الرد على استفسارات الجمهور وملاحظاته عبر البريد الالكتروني للمستشفى بنسبة تفوق نصف العينة وهي (58.7%)، وهي نسبة عالية تدل على تفاعل العلاقات العامة مع الجمهور عبر وسائل التكنولوجيا وهذا ما يُثبت نتائج الدراسة اللاحقة المتعلقة باستخدام العلاقات العامة لنموذج الاتصال المتناسق باتجاهين.

6- يتوفر لدى العلاقات العامة في مستشفيات العينة صفحات للتواصل الاجتماعي بنسبة عالية بلغت (74.7%) .

7- وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين المستشفيات الحكومية من جهة وكل من المستشفيات الخاصة والجامعية من جهة أخرى في ممارسة انشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية)، وجاءت الفروق لصالح الأخيرتين، وذلك لأن المُستشفيات الحُكومية تتبع للناطق الإعلامي في وزارة الصحة الجهة المعنية بالأنشطة الإعلامية .

8- وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) في ممارسة الأنشطة الإعلامية والاتصالية في المُستشفيات تُعزى لموقع المُستشفى، وجاءت الفروق لصالح العاصمة عمان، ويمكن تعليل ذلك إلى أن العاصمة عمان تحتوي كافة المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها.

- **الأنشطة الاتصالية الأخرى:**

1- حاز نشاط تقديم خدمة الاستعلامات وخدمة الجمهور على أعلى نسبة مُمارسة دائمة بمتوسط حسابي (2.87) وبنسبة مئوية بلغت (88%) مما يدّل على أن المستشفيات كأكبر واهم قطاع خدمي يرتاده المرضى والمراجعين والزوار ويحتاجون إلى أقسام تعرّفهم بالمرافق والخدمات.

2- بينت النتائج الحاجة إلى أنشطة اتصال ترفيهية خاصة للجمهور الداخلي في المستشفيات حيث كان هذا النشاط هو الأدنى في الممارسات الاتصالية للعلاقات العامة المتوسطة وبلغ متوسطة الحسابي (1.92).

3- وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) في الأنشطة الاتصالية بين من يحملون المؤهل العلمي (دون الجامعي)، و(أعلى من البكالوريوس) وجاءت الفروق لصالح الأخير.

4- وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) في الأنشطة الاتصالية في مستشفيات العينة تُعزى لموقع المستشفى وجاءت الفروق لصالح العاصمة عمان.

- **الوسائل الاتصالية في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات:**

1- كانت الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات المدنية الأردنية هي (صناديق الشكاوى والمُقترحات) بنسبة (84%).

2- ظهرت وسيلة جديدة يتم استخدامها في عمل العلاقات العامة في المُستشفيات وهي (الإذاعة الداخلية) أو أجهزة النداء الآلي الداخلية بنسبة (18.7%) وهي وسيلة تبُث العديد من الرسائل للجمهور تتعلق بتعليمات الزيارة والإرشادات العامة .

- **الوظائف الإدارية:**

1- حازت وظيفة التقويم التي تمثلت (بتولي العلاقات العامة في المُستشفيات مُتابعة الشكاوى التي ترد من العاملين مع الإدارة) على المتوسط الحسابي الأعلى الذي بلغ (2.65) بنسبة مئوية (%70.7).

2- جاءت وظيفة البحث على أدنى مرتبة في الممارسات المتوسطة بمتوسط حسابي (1.99) بنسبة مئوية (45.3%) وعبر عنها نشاط (إجراء البحوث والدراسات على جمهورها الخارجي) .

3- وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α =0.05) في ممارسة الأنشطة الإدارية بين فئة سنوات الخبرة من (11-20) سنة، و في فئة الخبرة (21 سنة فأكثر) وجاءت الفروق لصالح الأولى.

- **الأشكال الاتصالية:**

1- حصل نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين على النسبة الأعلى بين النماذج الاتصالية التي تطبقها العلاقات العامة في عملها بنسبة (57.3%) مما يدل على ما وصلت إليه العلاقات العامة في مستشفيات العينة من وعي بأهمية هذا الشكل الاتصالي الذي يعد الأمثل بين بقية النماذج الاتصالية ، ويعود ذلك إلى مفرزات التكنولوجيا الحديثة وقنواتها الاتصالية المُتعددة وانفتاحها على الجماهير الداخلية والخارجية.

التوصيات:

1. الارتقاء بالمستوى التنظيمي للعلاقات العامة ليصل إلى المستوى الأعلى في الهيكل التنظيمي للمستشفى وهو (مديرية).
2. تفعيل عمل المرأة ومشاركتها في حقل العلاقات العامة في المستشفيات.
3. تعيين مُتخصصين في العلاقات العامة في المستشفيات ممن يحملون مؤهلات علمية في مجالات العلاقات العامة و الإعلام وفروعه.
4. تفعيل أنشطة الاتصال الجماهيري (الأنشطة الإعلامية) في المستشفيات بالتعاون مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية تحديداً كونها الوسائل الأضعف استخداماً في ممارسات الاتصال الجماهيري .
5. تفعيل وظيفة البحث في عمل العلاقات العامة على الجمهورين الداخلي والخارجي في المستشفيات، للوصول الى ممارسات إدارية فاعلة في عمل العلاقات العامة وتوفير رصد فاعل لشؤون الجمهورين الداخلي والخارجي لتطوير الممارسات الاتصالية والإدارية وبما ينعكس على نوع ومستوى الخدمات المقدمة في المستشفيات.

6. تفعيل البريد الالكتروني للمستشفى كأحد وسائل الاتصال الجماهيري الهامّة وذات السرعة والفورية في الاتصال .
7. تفعيل ممارسة أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) في المستشفيات الحكومية على وجه الخصوص.
8. ضرورة قيام العلاقات العامة بإصدار مجلة دورية وتطويرها على مستوى الشكل والمضمون.
9. تفعيل ممارسة الأنشطة الاتصالية الترفيهية الموجهة للجمهور الداخلي في المستشفيات.
10. تفعيل أنشطة الاتصال الجماهيري (الإعلامية) في أقسام العلاقات العامة في المستشفيات الطرفية (مُستشفيات المُحافظات).
11. تفعيل استخدام الشكل الاتصالي المثالي لمُمارسة العلاقات العامة في المستشفيات وهو نموذج (الاتصال المتوازن بالاتجاهين).
12. استثمار كافة الوسائل الاتصالية المُتاحة للعلاقات العامة، والسعي لاستخدام وسائل أخرى حديثة ومتنوعة للوصول لممارسات اتصالية وإعلامية فاعلة في المستشفيات.

المصادر والمراجع

الكتب والأبحاث المنشــــــــــــورة:

1. البكري، فؤادة (2001). **العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال**، ط1، القاهرة: دار نهضة الشرق.

2. الجمّال، راسم، عيّاد، خيرت (2005). **إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي**، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

3. الجوهر، محمد (2000). **وسائل الاتصال في العلاقات العامة**، ط1، عمان: مكتبة الرائد العلمية.

4. الجوهر، محمد، القاضي، أمجد (1998). **أجهزة العلاقات العامة في الأردن: التنظيم، الوظائف، والأدوات ، دراسة ميدانية**، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، جامعة اليرموك.

5. الجوهر، محمد (1995). "أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية: دراسة ميدانية"، **مجلة أبحاث اليرموك**. سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 2، إربد: كلية الآداب، جامعة اليرموك.

6. حجاب، محمد (2007). **الاتصال الفعال للعلاقات العامة**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

7. حجاب، منير، وهبي، سحر (1995). المداخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل الاتصالي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

8. حسين، سمير، مرغلاني، خالد، هارون، رشاد (1991). **إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية**، السعودية: معهد الإدارة العامة.

9. خشيم، مصطفى (2009). **تصميم البحوث العلمية في إطار العلوم الاجتماعية**، ط1، طرابلس: الدار الأكاديمية للطباعة والتأليف والترجمة والنشر.

10. درّة، عبدالباري، المجالي، نبيل (2010). **العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والمُمارسة منحى نظامي واستراتيجي**، ط1،عمان: دار وائل للنشر.

11. دليلو، فضيل (2003). **اتصال المؤسسة: إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة**، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

12. ذياب، صلاح (2012). **إدارة المستشفيات**، ط1،عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.

13. الطاهات، زهير(2011). **سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، ط1**، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.

14. الشامي، لبنان، وجرادات، عبد الناصر (2001). **العلاقات العامة في الإدارة المبادئ والأسس**، ط1، إربد: المركز القومي للنشر.

15. الطائي، مصطفى، وأبو بكر، خير (2007). **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية**، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

16. عجوة، علي (2000). **الأسس العلمية للعلاقات العامة**، ط4، القاهرة: عالم الكتب.

17. عجوة، علي(1985). **الأسس العلمية للعلاقات العامة**، ط3، القاهرة: عالم الكتب.

18. عساف، عبدالمعطي، صالح، محمد (2004). **أسس العلاقات العامة**، عمان: دار ومكتبة الحامد.

19. غنيم، أحمد (2006). **إدارة المستشفيات رؤية معاصرة**، ط1، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

20. اللوزي، موسى (2010). **أسس العلاقات العامة**، ط1، عمان: زمزم ناشرون وموزعون.

21. محمد، عبد الحميد (2004). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، القاهرة: عالم الكتب.

22. منصور، تحسين (2002). "ممارسات العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية من وجهة نظر الجمهور الداخلي"، **مؤتة للبحوث والدراسات**، المجلد7، العدد 2، الأردن: قسم الصحافة والإعلام، جامعة اليرموك.

23. الموسى، عصام سليمان (2014). **الإعلام العربي الرقمي والتحديات الراهنة**، عمان: نقابة الصحفيين الأردنيين.

24. الموسى، عصام سليمان (2012). **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط7، عمان: إثراء للنشر والتوزيع.

25. الموسى عصام سليمان (2010). "الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق"، **مجلة المُستقبل العربي**، العدد 376، عمان، الأردن.

26. ميخائيل، سينجليتري، وجير الدستون. (1999). **نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية**، ترجمة: بن أهنية، عبدالله، القحطاني، أسعد ، معهد الإدارة العامة: مكتبة الملك فهد الوطنية.

27. نصيرات، فريد، والضمور، هاني (2004) "تأثير المزيج التسويقي على اجتذاب المرضى العرب للعلاج في المستشفيات الأردنية"، **دراسات العلوم الإدارية**، المجلد 31، العدد،2، الأردن: كلية إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية.

28. وهيب، رضا، السبتي، فؤاد، زلزلة، فضيلة (1985). **العلاقات العامة في المؤسسات الصحيّة**، بغداد: مطبعة مؤسسة المعاهد الفنية.

Books:

1. Cutlip, Scott & Center, Allen (1982). **Effective Public Relations**.5th Edition .U.S.A
2. Hunt T & Grunig J.E (1994). **Public Relations Techniques**, Forth Worth TX Harcourt Brace , 417 pp

English Studies:

1- Arora , Nitin, & Khurana, Pratik (2012). "The Public Relations Practice & Impact On Effectiveness of Al-Basheer Hospital In Jordan". **Amity Global Business Review**,Vol. 7, P,39- 49.

2- Gelineau, Stephen (2001) ."Hospital Public Relations: A Contemporary Profile". **Public Relations Quarterly**, Spring79, Vol. 24 Issue 1, p10.

3- Gordon, Chandra, & Kelly ,Kathleen S. (1999). "Public Relations Expertise and Organizational Effectiveness: A Study Of US Hospitals". **Journal of Public Relations Research**, Vol. 11 ,Issue (2), p. 143-165.

4- Grunig, James (1978)." Defining Publics In Public Relations: The Case of A Suburban Hospital". **Journalism Quarterly**, Vol. 55 Issue (1),P, 109-124

5- Guy, Bonnie. Williams, David, Aldridge, Alicia, & Roggenkamp, Susan (2007). "Approaches To Organizing Public Relations Functions In Healthcare". **Health marketing quarterly**, Vol. 24 ,Issue (3-4), P. 1-18.

6- King, Brent, Scrimger, Judith (1993)." Public Relations Fund Raising and Marketing in Canadian Hospitals the Potential for Encroachment", **Public Relations Quarterly**, Vol. 38, Issue (2), P,40.

7- Kirdar, YalcIn (2007). "The Role Of Public Relations For Image Creating In Health Services: A Sample Patient Satisfaction Survey". **Health Marketing Quarterly**. Vol. 24 , Issue (3-4), P.33-53.

8- Renata Schloss (2008). "Health Care Public Relations & Strategic Communication”. **conference papers National Communication Association, p1,35p.**

9- Shelton, Christina (1993). “The Bloomington Hospital public Relations Department: A Case Study”. **Public Relations Quarterly**, Vol. 38, Issue (2), P.25.

10- Tengilimoglu Dilaver, Yesiltas Mehmet, Kisa Adnan,& Dziegielewski Sophia (2007). “The Role Of Public Relations Activities In Hospital Choice”. **Health Marketing Quarterl**, Vol. 24 Issue (3-4), P.19-31.

11- Tomic Zoran . Lasic Davor,Teo Tomic (2010). “Public Relations In Health Care”. **Materia Socio Medica**, Vol. 22 Issue (1), P. 25-27.

12- Topan ,Flavia (2012). “Public Relations In Health Care”. **Revista Transilvană de Ştiințe ale Comunicării**. , Vol. 1 Issue (15), P. 55-62

13- Valjak,A & , Draskovic, N (2011). “A literature Review Of Public Relations In Public Healthcare”, **International Journal Of Management Cases, Circle Conference**, Vol. 13, Issue (3), P. 251-260.

الأبحاث غير المنشورة :

1- السريع، محمد (2004). **الأدوار المؤسسية والأنشطة للعلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة دراسة ميدانية لمديري العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية**، جامعة الملك سعود، كلية الآداب.

2- سعدان، فؤاد (2009). **أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

3- الشلبي، فيصل (1999). **مستوى الخدمات الصحيّة المُقدمة في المُستشفيات الحكومية الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر الأطباء العاملين فيها**، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.

4- مسيلي، ياسين (2009/2008). **العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية- دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس-قسنطينة**، جامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر.

5- منصور، هيا (2012). **أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني**، جامعة اليرموك، كلية الإعلام.

6- يعقوب، أحمد (1994). **دراسة اتجاهات الطلبة نحو التطبيق الميداني في كليات التربية الرياضية في الأردن**، الجامعة الأردنية ، كلية الدراسات العليا.

التقاريـــــــر :

1- التقرير الإحصائي السنوي (2013). وزارة الصحة ، مديرية المعلومات والدراسات.

الملاحق

الملحق رقم (1) مستشفيات المملكة حسب المُحافظات لعام 2013

جدول رقم (١٢ - ٣)
مستشفيات المملكة حسب المحافظات لعام ٢٠١٣

محافظة العاصمة

اسم المستشفى	عدد الاسرة
البشير	٩٦٧
الامير حمزة	٤٣٣
الكرامة للتأهيل النفسي	١٥٠
د. جميل التوتنجي	١٤٠
المركز الوطني لتأهيل المدمنين	٤٠
الجامعة الاردنية	٥٣٤
مدينة الحسين الطبية	
١_ الحسين	٦٨٣
٢_ مركز الملكة علياء لامراض وجراحة القلب	١٧٦
٣_ مركز التأهيل الملكي	١٣٦
٤_ مركز الامير حسين بن عبدالله الثاني	٥٨
٥_ مستشفى الملكة رانيا للأطفال	٢٠٢
الملكة علياء	٢١٠
مركز الرعاية النفسية	٣٤
الاردن	٢٤٧
الاسلامي	٢٧٣
الخالدي	١٦٦
التخصصي	٢٠٠
المركز العربي الطبي	١٤١
مركز الحسين للسرطان	١٧٢
الاستشاري	١٠٨
الاستقلال	١١٤
الاسراء	١٢٩
ابن الهيثم	٢٠٠
الجزيرة	٣٧
الحياة	١١٠
المواساه	٤٠
القدس	٧٠
عمان الجراحي	٦٢
الشهيد ابو دية	٦٨
دار السلام	٤٧
الهلال الاحمر	٤٥
فرح / نسائية	٥٠
الشميساني	٦٠
لوزميلا	٥٨
تلاع العلي	٥٠
الاهلي	٥٠
الايطالي / عمان	٨٠
فلسطين	٤٦
ماركا التخصصي الاسلامي	٣٨
فيلادلفيا	٣٢
هبه / نسائية	٣٠
عاقلة	٣٠
الحنان	٥٠
[illegible]	٥٣
الامل / نسائية	٣٣
العيون التخصصي	٣٣
الاقصى	٣٧
عبدالهادي للعيون	١٧
جبل عمان	٢٥
البيادر	١٥
المجموع	٦٧٢٩

محافظة مادبا

اسم المستشفى	عدد الاسرة
النديم الحكومي	١٢٠
الاميرة سلمى	٣٨
المحبة	٣٠
المجموع	١٨٨

محافظة الزرقاء

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الزرقاء الحكومي	٢٤٦
الامير فيصل	١٦٦
الامير هاشم بن الحسين	٢٢٦
قصر شبيب	٧٠
جبل الزيتون	١٢٣
الحكمة الحديث	٦٠
الرازي الجديد	٣٠
الخليل	٣٢
المجموع	٩٥٣

محافظة البلقاء

اسم المستشفى	عدد الاسرة
المركز الوطني / النفسية	٢٦٥
الحسين / السلط	١٥٢
الشونة الجنوبية	٦٠
الاميرة ايمان/معدي	٥٨
الامير الحسين بن عبدالله الثاني	١١٨
الرشيد النفسي	١٢٠
المجموع	٧٧٣

محافظة اربد

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الاميرة بسمة	٢٠٢
الاميرة رحمة	١١٢
الاميرة بديعة	٩٨
الاميرة راية	٩٤
الرمثا	١١٠
اليرموك	٧٤
ابي عبيدة	٤٦
معاذ بن جبل	٧٥
الملك المؤسس عبدالله	٥٠١
الامير راشد بن الحسن	٢٩٩
ابن النفيس	١٠٣
راهبات الوردية	٨٧
اربد التخصصي	٦٠
القواسمي / نسائية	٢٨
الروم الكاثوليك / نسائية	١٨
النجاح للتوليد	١٥
اربد الاسلامي	١٥
المجموع	١٩٣٧

محافظة جرش

اسم المستشفى	عدد الاسرة
جرش الحكومي	١٥٩
الصفاء التخصصي	١٢
المجموع	١٧١

محافظة عجلون

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الايمان	١٣٠
المجموع	١٣٠

محافظة المفرق

اسم المستشفى	عدد الاسرة
النسائية والاطفال	١١١
المفرق الحكومي	٧٠
الرويشد	٢١
مصح النور / صدرية	٤٠
المجموع	٢٤٢

محافظة الكرك

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الكرك	٨٦
غور الصافي	٨٢
الامير علي بن الحسين	١٢٦
الايطالي / الكرك	٣٨
اليونان	٣٠
السلام / نسائية	٣٢
المجموع	٣٩٤

محافظة الطفيلة

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الامير زيد بن الحسين	١٠٦
المجموع	١٠٦

محافظة معان

اسم المستشفى	عدد الاسرة
معان الحكومي	١٣١
الملكة رانيا العبدالله	٧٤
المجموع	٢٠٥

محافظة العقبة

اسم المستشفى	عدد الاسرة
الامير هاشم بن عبدالله الثاني	١٨٣
العقبة الحديث	٤١
الاسلامي	٣٩
المجموع	٢٦٣

القطاع الصحي	عدد المستشفيات	عدد الاسرة
وزارة الصحة	٣١	٤٦١٨
الخدمات الطبية	١٢	٢٤٣٩
الملك المؤسس عبدالله	١	٥٠١
الجامعة الاردنية	١	٥٣٤
القطاع الخاص	٥٨	٣٩٨٩
المجموع الكلي	١٠٣	١٢٠٨١

الملحق رقم (2) المستشفيات الأردنية من فئة مئة سرير فما فوق 2013

في مُحافظات العاصمة عمان ومحافظة إربد (*)

مستشفيات وزارة الصحة /العاصمة عمان:

اسم المستشفى	عدد الأسرّة
مستشفى البشير	967
مستشفى الأمير حمزة	433
مستشفى الكرامة للتأهيل النفسي	150
مستشفى جميل التوتنجي	140

مستشفيات وزارة الصحة / محافظة إربد:

اسم المستشفى	عدد الأسرة
مستشفى الأميرة بسمة	202
مستشفى الأميرة رحمة	112
مستشفى الرمثا الحكومي	110

المستشفيات الجامعية / عمان

اسم المستشفى	عدد الأسرة
مستشفى الجامعة الأردنية	534

المستشفيات الجامعية / إربد

اسم المستشفى	عدد الأسرة
مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي	501

المستشفيات الخاصة /عمان:

اسم المستشفى	عدد الأسرة
مستشفى الأردن	247
المستشفى الإسلامي	273
مستشفى الخالدي	116
المستشفى التخصصي	200
المركز العربي الطبي	141
مركز الحسين للسرطان	172
المستشفى الاستشاري	108
مستشفى الاستقلال	114
مستشفى الإسراء	129
مستشفى ابن الهيثم	200
مستشفى الحياة	110

المستشفيات الخاصة / إربد:

اسم المستشفى	عدد الأسرة
مستشفى ابن النفيس	103

(*) التقرير الإحصائي السنوي لعام 2013 ، وزارة الصحة ، مديرية المعلومات والدراسات .

المُلحق رقم (3) أعداد موظفي العلاقات العامة العاملين في المستشفيات المشمولة في الدراسة

الرقم	اسم المُستشفى	العدد الكلي لموظفي العلاقات العامة	عدد الاستبيانات التي تمت تعبئتها
1	مستشفى الجامعة الأردنية	13	11
2	مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي	8	6
3	مستشفى البشير	4	4
4	مستشفى جميل التوتنجي	1	1
5	قسم الكرامة للتأهيل النفسي	1	1
6	مستشفى الرمثا الحكومي	1	1
7	مستشفى الأمير حمزة	6	4
8	مستشفى الأميرة رحمة التعليمي	7	7
9	مستشفى الأميرة بسمة	2	1
10	مستشفى ابن النفيس اربد	6	2
11	المستشفى الإسلامي	9	9
12	مستشفى الإسراء	14	9
13	المستشفى الاستشاري	7	1
14	مستشفى ابن الهيثم	2	2
15	مستشفى الاستقلال	3	3
16	المركز الطبي العربي	3	2
17	مستشفى الخالدي	3	3
18	مستشفى الحياة	1	1
19	المستشفى التخصصي	6	5
20	مستشفى الأردن	5	3
21	مركز الحسين للسرطان	1	اعتذار
	المجموع	103	76

الملحق رقم (4) الرسالة الالكترونية لاعتذار مركز الحسين للسرطان عن تعبئة الاستبيان

Subject: RE: questuner
From: IRB at KHCC (IRBOffice@KHCC.JO)
To: nawzat25@yahoo.com;
Cc: mhussaini@KHCC.JO; hmohidin@KHCC.JO;
Date: Thursday, July 24, 2014 12:50 AM

السلام عليكم،

بعد مراجعة أولية للبحث؛ نأسف لإبلاغك بأن البحث لم يتم قبوله و بالتالي لن يُجرى في مركز الحسين للسرطان.

مع تمنياتنا لك بالتوفيق

و تقبلوا فائق الاحترام

Linda Kateb
IRB Coordinator
Office of Scientific Affairs and Research
King Hussein Cancer Center
Queen Rania Al-Abdullah street
P.O.Box 1269 Al-Jubaiha
Amman 11941 Jordan.
Tel:+962-6-5300460/ext 1669
E-mail: irboffice@khcc.jo, lkateb@khcc.jo

From: nawzat Abu Al-Asal [mailto:nawzat25@yahoo.com]
Sent: Sunday, July 20, 2014 11:27 AM
To: IRB at KHCC
Subject: questuner

2 8/4/2014 9:51

المُلحق رقم (5) اســـــــــــتبيان الدراسة

استبيان حول: الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية

رقم الاستبيان (   )   التاريخ: / /2014

السادة مديرو وموظفو العلاقات العامة المحترمون،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

تقوم الباحثة بإجراء دراسة حول «**الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المُستشفيات المدنيّة الأردنيّة**»، من فئة مئة سرير فأكثر في القطاعات الحكومية والجامعية والخاصة، في كُلٍّ من العاصمة عمان، ومُحافظة إربد، وذلك استكمالاً لمُتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام من جامعة اليرموك .

يُرجى من حضراتكم التكرُّم بقراءة هذه الاستبانة بتمعُّن، ومن ثم تعبئتها بدقة واهتمام لنتمكن وإياكم من التعرُّف على واقع الممارسات الاتصالية والادارية في عمل أجهزة العلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية، سعياً لتحسين وتطوير القطاع الصحي الأردني، وواقع العلاقات العامة في المُستشفيات الأردنية.

أرجو أن أؤكد بأن المعلومات والبيانات الواردة في هذا الاستبيان ستُعامل بكل سرّية وستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

شاكرة لكم حُسن تعاونكم

الباحثة: نوزات أبو العسل
مُديرة العلاقات العامة - مُستشفى الجامعة الأردنية
الرقم الأرضي: ٠٦٥٣٥٣٦٦٦ فرعي (٢٦٩٥)
رقم الخلوي: ٠٧٩٦٩٧٩٨١٧
Nawzat25@yahoo.com

- مُلاحظة: يُرمز في هذا الاستبيان لمُصطلح العلاقات العامة بالرمز (ع.ع).

أسئلة الحالة:

يرجى التكرم بالإجابة على الاسئلة التالية بوضع إشارة (X) في المربع المُناسب.

١. النوع الاجتماعي:
- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

٢. العمر:
- ☐ ٣٠ سنة فأقل
- ☐ ٣١-٥٠
- ☐ أكثر من ٥٠ سنة

٣. الدخل:
- ☐ أقل من ٣٠٠ دينار
- ☐ ٣٠١-٤٠٠ دينـــار
- ☐ ٤٠١-٥٠٠ دينـــار
- ☐ ٥٠١-٦٠٠ دينـــار
- ☐ ٦٠٠ دينار فما فوق

٤. عدد سنوات العمل
- ☐ ١٠ فأقل
- ☐ ١١-٢٠
- ☐ ٢١ سنة فاكثر

٥. المستوى التعليمي
- ☐ ثانوية عامة فأقل
- ☐ دبلوم متوسط
- ☐ بكالوريوس
- ☐ دبلوم عالي
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراه

٦. التخصص العلمي:
- ☐ علاقات عامة
- ☐ تحرير صحفي
- ☐ إذاعة وتلفزيون
- ☐ آداب
- ☐ علوم
- ☐ إدارة / تسويق
- ☐ أخرى (حددها) ....

- لُطفاً انتقل الى سؤال رقم (١١) إلا إذا كُنت مُديراً أو رئيس قسم.

٧. ما المُسمى الوظيفي لعملك:
- ☐ مدير/ رئيس قسم انتقل الى سؤال رقم (٨)
- ☐ موظف انتقل الى سؤال رقم (١١)

٨. ما عدد الموظفين العاملين في (ع.ع) في مستشفاكم ؟

الجنس	عدد العاملين
ذكـــر	
أنثـــى	
المجمـوع	

٩. ما المستوى الإداري لـ (ع.ع) في مُستشفاكم؟
- ☐ مُديرية
- ☐ قسم
- ☐ وحدة
- ☐ مكتب
- ☐ دائرة
- ☐ شُعبة
- ☐ أُخرى (حددها) ....

١٠. هل ترتبط (ع.ع) إدارياً في مستشفاكم مع:

☐ مجلس الإدارة
☐ مدير المستشفى
☐ نائب المدير
☐ أخرى (حددها) ....

١١. ما اسم المُستشفى الذي تعمل/تعملي به؟

....

١٢. ما نوع المستشفى الذي تعمل/تعملي به؟

☐ حكومي
☐ خاص
☐ جامعي

١٣. ما عدد الأسرّة في مستشفاكم؟ (................)

١٤. أين يقع المُستشفى الذي تعمل/تعملي به؟

☐ العاصمة عمان
☐ مُحافظة إربد

١٥. ما مدى مُمارسة (ع.ع) في مستشفاكم لكُل من الأنشطة الإعلامية التالية:

العدد	نوع النشاط	دائماً	أحياناً	لا
١	نشر الأخبار والتقارير والتحقيقات حول نشاطات وخدمات المُستشفى في الصُحف	☐	☐	☐
٢	// // // // // // // // في المواقع الالكترونية	☐	☐	☐
٣	// // // // // // // // في المجلات	☐	☐	☐
٤	بث تقارير حول نشاطات وأجهزة وخدمات وعمليات المُستشفى في وسائل الاعلام المرئية	☐	☐	☐
٥	// // // // // // // // // // // المسموعة	☐	☐	☐
٦	الرد على ما يُنشر في وسائل الإعلام عن المستشفى	☐	☐	☐
٧	إصدار نشرات حول تعليمات وسياسات وأنظمة المُستشفى موجهة للجمهور الداخلي•	☐	☐	☐
٨	إصدار أدلّة تعريفية حول أقسام المستشفى وسياساته وتخصصاته موجهة للجمهور الخارجي••	☐	☐	☐
٩	إصدار نشرات تتضمن مواضيع صحيّة كالوقاية من الأمراض	☐	☐	☐
١٠	نشر الإعلانات الصادرة عن المُستشفى في وسائل الاعلام المُتنوعة	☐	☐	☐

• الجمهور الداخلي: العاملون في المُستشفى.
•• الجمهور الخارجي: المرضى وعائلاتهم، مُراجعو العيادات الخارجية، الزوار، المُرافقون، الموردون، المزوّدون، المتطوعون، المُتدربون.

١٦. هل تقوم (ع.ع) بإصدار مجلة باسم مُستشفاكُم؟ ☐ نعم ☐ لا (انتقل الى سؤالي ١٩)

١٧. ماعدد صفحات هذه المجلة؟ (..................) صفحة

١٨. ما أبرز المواضيع التي تنشُرونها في المجلة؟ (يمكن تحديد أكثر من خيار)
☐ طبيّة ☐ اجتماعية
☐ صحيّة ☐ غير ذلك (حددها لطفاً) ....

١٩. هل يتوفر لدى (ع.ع) في مُستشفاكم موقع إلكتروني؟ ☐ نعم ☐ لا (انتقل لسؤال رقم ٢١)

٢٠. ما المواضيع والمواد التي تضعها (ع.ع) على الموقع الالكتروني للمستشفى؟ (يُمكن تحديد أكثر من خيار)
☐ نشر الأخبار المتعلقة بالمستشفى ونشاطاته وأقسامه ☐ نشر تعليمات وإجراءات وسياسات المستشفى
☐ تطوير المحتوى المُتعلق بالأقسام والوحدات الطبية المُتخصصة ☐ نشر مواد توعوية وتثقيفة للجمهور
☐ مواعيد عيادات الأطباء ☐ غير ذلك (حددها) ....
☐ حجز مواعيد المرضى الكترونياً

٢١. هل تتولى (ع.ع) الرد على الاستفسارات والملاحظات الواردة الى مُستشفاكم عبر البريد الالكتروني؟
☐ نعم ☐ لا ☐ لا أعرف

٢٢. هل يتوفر لدى (ع.ع) في مُستشفاكم صفحة للتواصل الاجتماعي مثل(Facebook/ Twitter/ YouTube)؟
☐ نعم ☐ لا (انتقل لسؤال رقم ٢٤) ☐ لا أعرف

٢٣. هل تتابعون ما ينشر على هذه الصفحة؟
☐ نعم ☐ لا

٢٤. ما مدى مُمارسة (ع.ع) في مُستشفاكم لكُلٍ من الأنشطة الاتصاليّة التالية:

العدد	نوع النشاط	دائماً	أحياناً	لا
١	عقد الندوات والمُحاضرات	☐	☐	☐
٢	تنظيم زيارات الوفود (الرسمية، أوالطبيّة، أو المدرسية، أو الجامعية)	☐	☐	☐
٣	تقديم خدمة الاستعلامات وخدمة الجمهور	☐	☐	☐
٤	القيام بأعمال تسهيلات السفر للمدراء والاطباء في المُستشفى	☐	☐	☐
٥	دراسة الشكاوى والمقترحات والملاحظات التي ترد حول المُستشفى	☐	☐	☐
٦	تنفيذ الحملات الصحيّة التوعويّة الآنيّة المُرتبطة بظهور مرض مُفاجئ مثل (مرض كورونا)	☐	☐	☐
٧	〃 〃 〃 〃 طويلة المدى مثل التوعية (بمرض السّكري، أومنع التدخين)	☐	☐	☐
٨	إقامة المعارض	☐	☐	☐
٩	تنظيم الاجتماعات واللقاءات بين الإدارة العُليا و الجمهور الداخلي	☐	☐	☐
١٠	إقامة الاحتفالات بالمُناسبات المتنوعة	☐	☐	☐
١١	تنظيم الرحلات الترفيهية للموظفين والأطباء في المُستشفى	☐	☐	☐
١٢	خدمة المُجتمع المحلي مثل (تنفيذ الأيام الطبية والصحيّة التطوعية)	☐	☐	☐
١٣	توجيه الدعوات الخاصة بالمُناسبات التي ينفذها المُستشفى	☐	☐	☐
١٤	صياغة المراسلات والخطابات الخاصة بأنشطة المُستشفى الموجهة للجمهور الخارجي	☐	☐	☐
١٥	توجيه كُتب الشُكر للجمهور الداخلي والخارجي	☐	☐	☐
١٦	كتابة التقارير الإدارية الدورية للإدارة العُليا حول القضايا التي تهم المستشفى	☐	☐	☐

٢٥. أي من الوسائل الاتصالية التالية تستخدم في عمل (ع.ع) في مستشفاكم؟ (يمكن تحديد أكثر من خيار)

- ☐ الصحف المحلية
- ☐ الصحف الأجنبية
- ☐ المجلات المتخصصة
- ☐ مجلة المستشفى
- ☐ الموقع الإلكتروني للمستشفى
- ☐ النشرات والتقارير الدورية
- ☐ التلفزيون
- ☐ الإذاعة
- ☐ شاشات العرض الداخلية في المستشفى
- ☐ المعارض
- ☐ المؤتمرات والندوات والمحاضرات
- ☐ الاجتماعات والحفلات
- ☐ صناديق الشكاوى والمقترحات
- ☐ البريد الإلكتروني للمستشفى
- ☐ اللوحات الإرشادية
- ☐ شبكات التواصل الاجتماعي مثل (YouTube/Facebook/Twitter)
- ☐ أخرى (تذكر) ....

---

٢٦. إضافة للنشاطات الاتصالية تقوم (ع.ع) بعدد من الوظائف الإدارية هي: (التخطيط، والبحث، والتقييم): ما مدى مُمارسة (ع.ع) في مستشفاكم لكل من الوظائف الإدارية التالية:

العدد	نوع النشاط	دائماً	أحياناً	لا
١	تقوم (ع.ع) بالتخطيط لبرامجها وأنشطتها في المستشفى	☐	☐	☐
٢	الخطط الإدارية التي تضعها (ع.ع) ترتبط ببرنامج زمني مُحدد	☐	☐	☐
٣.	تستعين (ع.ع) عند وضع خططها وبرامجها وأنشطتها بالمُختصين	☐	☐	☐
٤.	تجري (ع.ع) البحوث والدراسات على جمهورها الداخلي دورياً	☐	☐	☐
٥.	تجري (ع.ع) البحوث والدراسات على جمهورها الخارجي دورياً	☐	☐	☐
٦.	تتولى (ع.ع) مُتابعة الشكاوى التي ترد من العاملين مع الإدارة	☐	☐	☐
٧.	تهدف (ع.ع) من إجراء البحوث إلى التعرف على أبرز المُشكلات التي تواجه جمهورها الخارجي	☐	☐	☐
٨.	تعمل (ع.ع) على توفير البيانات والمعلومات المُتعلقة بالمستشفى للباحثين وطالبي المعلومات	☐	☐	☐
٩.	تعمد (ع.ع) إلى تقويم نشاطاتها وبرامجها دورياً	☐	☐	☐
١٠.	تعتمد (ع.ع) في تقويم نشاطاتها على تحليل الشكاوى والمُقترحات والملاحظات الواردة من الجمهور	☐	☐	☐

٢٧. برأيكم الشخصي: أي واحد من الأشكال الاتصالية/الإعلامية الأربعة التالية ينطبق أكثر من غيره على عملكم في مُستشفاكُم؟ (اختر واحداً فقط)

- ☐ الاتصال الهابط من القمة الى القاعدة: تنساب فيها المعلومات باتجاه رأسي من الإدارة العُليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية دون الاهتمام بردود فعل الجمهور.
- ☐ الاتصال العام: ووظيفته النشر في وسائل الإعلام من أجل الأخبار، ولا يتعدى عمل (ع.ع) نقل المعلومات عن المؤسسة ونشرها كما هي، دون الاهتمام بتأثير رسائلها على الجمهور.
- ☐ الاتصال غير المُتناسق بالاتجاهين: الاتصال فيه من مستشفاكم إلى الجماهير يعمل على خدمة أهداف المؤسسة وإقناع الجمهور برسائلها، ولكنه غير مُتوازن لأن المؤسسة لا تسعى لتغيير وتعديل وضعها استجابة لآراء الجمهور واتجاهاته.
- ☐ الاتصال المُتوازن بالتجاهين: الاتصال فيه متوازن بين طرفي العملية الاتصالية - أي مستشفاكم والجمهور- إذ تعمد المؤسسة (والادارة العُليا) لتعديل سياساتها وقراراتها تلبية لرغبات الجمهور واتجاهاته واقتراحاته.

٢٨. ما أبرز المُشكلات التي تواجهُكم في مجال المُمارسات الاتصاليّة في المُستشفى؟ (حددها/حدديها على شكل نقاط)

____

____

٢٩. ما أبرز المُشكلات التي تواجهُكم في مجال المُمارسات الإداريّة في المُستشفى؟ (حددها/حدديها على شكل نقاط)

____

____

٣٠. ماهي مُقترحاتكم لتطوير المُمارسات الاتصاليّة في مستشفاكم؟ (حددها/حدديها على شكل نقاط)

____

____

٣١. ماهي مُقترحاتكم لتطوير المُمارسات الإداريّة في مستشفاكم؟ (حددها/حدديها على شكل نقاط)

____

____

انتهى الاستبيان

شُـكراً

المُلحق رقم (6) كتاب تسهيل مُهمة الباحثة

جامعـــة اليرمـــوك

YARMOUK UNIVERSITY

الرقم : كاع/50/107/ 38

التاريخ : 28/جمادى الآخرة/ 1435 هـ

الموافق : 28/4/ 2014 م

قســم الصحافــة

الى من يهمه الأمر

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.........

ارجو تسهيل مهمة الطالبه نورانت صالح ابو العسل ، ورقمها الجامعي (2011938014)، وذلك بمساعدتها بما يلزم لبحثها في الماجستير / قسم الصحافة- جامعة اليرموك-المعنون بـ (الممارسات الاتصالية والادارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية).

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيس قسم الصحافة

رئيس لجنة الدراسات العليا

د. علاء الدين النقيمي

المُلحق رقم (7) كتاب تسهيل مُهمة الباحثة في مُستشفيات وزارة الصحة

وزارة الصحة

الرقم تطوير/ح ا/ ٧٦٤٧

التاريخ ١١/ ٨/ ٢٠١٤

الموافق

مديــــر مستشفى ....

تحية طيبة وبعد ...

أرفـق طيـه صـورة عن كتـاب رئيس قسم الصحافة / جامعة اليرموك رقـم كاع/١٠٧/٥٠/٣٨ تاريخ ٢٠١٤/٤/٢٨ بخصـوص السـماح لطالبـة الماجستيـر **نوزات صالح ابو العسل** من قسم الصحافة / جامعة اليرموك اجـراء بحث بعنوان :-

(الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الاردنية)

عن طريق توزيع الاستبيان المرفق صورة عنه على المدراء والموظفين في المستشفيات الحكومية التابعة لوزارة الصحة .

أرجو التكرم بالإيعاز لمن يلزم تسهيل مهمة اجراء البحث اعلاه .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام ،،،

م/ مدير تطوير الموارد البشرية

الدكتورة فدوى الشوابكه

مساعد مدير تطوير الموارد البشرية الدكتور أمين الحايطة

نوال

هـ م

المملكة الأردنية الهاشمية

هاتف ٢٠٠ - ٥٠ ٦ ٩٦٢ + فاكس ٦٨٨٣٧٣ ٦ ٩٦٢ + ص.ب ٨٦ عمان ١١١١٨ الأردن الموقع الإلكتروني www.moh.gov.jo

المُلحق رقم (8) كتاب الموافقة على إجراء الدراسة في مُستشفى الجامعة الأردنية

Jordan University Hospital



مستشفى الجامعة الأردنية

Ref. ______

Date: ______

الرقم: ٢٤٥٢/٢٠١٤/١٠

التاريخ: ٢٠١٤/١٠/٢

الأستاذ الدكتور نائب المدير العام للشؤون الطبية

الدكتور نائب المدير العام للشؤون الادارية

مكتب العلاقات العامة

تحية طيبة وبعد،،،

ناقشت اللجنة التنفيذية في اجتماعها رقم (٢٠١٤/١٧) المنعقدة بتاريخ (٢٠١٤/٩/٣٠) توصية لجنة البحث العلمي بشأن بحث الآنسة نوزات صالح أبو العسل بعنوان :

"Communication and Management Practices for Public Relations in Jordanian Civil Hospitals"

وقد قررت اللجنة ما يلي :

القرار رقم ٢٠١٤/٢٣٣ :

الموافقة على إجراء البحث المذكور أعلاه .

يرجى التكرم باجراء اللازم.

مديـــر عـــام مستشفى الجامعـة الأردنيـة

الأستـــاذ الدكتــور ... التميمـي

نسخ /
- الديوان بكري

تلفون ٥٣٥٣٤٤٤ - فاكس ٥٣٥٣٣٨٨ - صندوق بريد ١٣٠٤٦ - عمان - الأردن